RAPPORT DE STAGE

ÉVALUATION DU SITE INTERNET « LE CERVEAU À TOUS LES NIVEAUX »

REMIS À BRUNO DUBUC

COORDONNATEUR DU SITE

EN DATE DU 10 MAI 2007

RÉALISÉ PAR

KARINE BOURGEOIS

LYSE HAMMARRENGER

Sous la supervision de Pierre Doray

Coordonnateur à l'UQAM

TABLE DES MATIÈRES

ANNEXES

ANNEXE I : Copie du devis d'évaluation du site internet

ANNEXE II : Copie du questionnaire installé sur le site web

ANNEXE III : Copie de l'interface du site internet « *Le cerveau à tous les niveaux* »

ANNEXE IV : Relevés de statistiques de l'Université McGill

ANNEXE V : Graphiques de l'analyse bivariée

LISTE DES GRAPHIQUES

LISTE DES TABLEAUX

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

C'est dans un cadre académique que la présente étude à été réalisée. Les nouvelles techniques de communication et d'information tiennent une place prépondérante dans notre société. Par conséquent, cette nouvelle technologie fait face à différents enjeux, qu'ils soient politiques, sociaux ou économiques. La mise sur pied d'un site internet n'est pas étrangère à cette situation. L'importance d'offrir un produit ou une information de qualité demeure une préoccupation principale pour les fondateurs d'un site web. Dans ce contexte une évaluation demeure le meilleur outil pour analyser cet aspect. Le rapport fait foi des données recueillis à ce propos.

Une courte introduction permet de rendre compte du domaine d'étude inhérent à cette recherche ainsi que du mandat précis qui nous a été confié. De plus, la présentation du site web a permis de mieux cerner le contenu qui donne une vision synoptique de l'interface. Dans une telle étude, la revue de la littérature nous fait prendre connaissance des différentes alternatives en matière d'évaluation d'un site web. Ces alternatives sont prises en considération dépendamment du point de vue de l'analyste. Par ailleurs, nous devons garder en tête le mandat qui nous a été confié et choisir le type d'analyse en conséquence.

L'objectif en lien avec le mandat est décrit de façon succincte. La démarche permettant d'atteindre cet objectif est composée d'une phase exploratoire du site de notre part. Celle-ci permet une sensibilisation des différents facteurs d'analyse. La méthodologie présentée est basée sur une revue de la littérature appropriée pour le domaine à l'étude. En plus de décrire la méthode privilégiée, les détails pertinents de celles-ci ont été soulevés : le nombre de questions, l'outil, l'échéancier, le déroulement, etc.

Par la suite, la section analyse des données est abordée de trois façons : analyse des données globales, analyse bivariée et analyse qualitative. Cette présentation permet de rendre des données complètes par son volet quantitatif et qualitatif et ainsi faire le tour de la question sous différents angles.

Une discussion cible les différents aspects rencontrés tout au long de l'étude. Cela permet d'y inscrire des commentaires généraux qui vont servir de balise afin de contrer les lacunes.

AVANT PROPOS

En novembre 2002, le Conseil de la science et de la technologie publiait son rapport : « *La culture scientifique et technique au Québec : bilan* ». Tel que stipulé dans son préambule, ce bilan visait à sonder l'opinion du public québécois, en matière de science et de technologie en terme d'activité et sur le plan de la qualité (Santerre, 2002). Comme en fait foi la raison qui a invoqué la mise sur pied d'un tel mandat, nous pouvons considérer à juste titre l'importance qui est accordé au champ de la science et de la technologie au Québec en lui attribuant de plus en plus une place prépondérante.

En effet, à travers ce bilan, les constats, les enjeux et les orientations reflètent le fait que le champ des sciences et de la technologie représentent sans l'ombre d'un doute une pièce maîtresse sur le plan du développement socioéconomique. Cet espace lui confère ainsi une position des plus stratégiques au cœur de ce processus (Santerre, 2002).

C'est dans la foulée de cet intérêt de plus en plus présent dans notre société en général, que nous avons décidé de travailler sur un site web qui rallie science et technologie. Ce travail rejoint nos préoccupations et notre réalité puisqu'il s'inscrit directement dans le cadre de notre parcours académique dans le champ d'étude STS (science, technologie et société).

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier particulièrement Bruno Dubuc pour son implication dans cette étude. Sans son aide, son soutien, son support et sa grande disponibilité, nous n'aurions pu produire un tel rapport.

Nous remercions également l'Université McGill qui nous a permis de s'enquérir des données de la base informatique de leur site, afin de prendre connaissance un tant soi peu de certaines références statistiques. Ils ont également su répondre à quelques-unes de nos interrogations en regard avec les données consultées.

Nous désirons exprimer également notre reconnaissance à Pierre Doray, coordonnateur de stage, qui nous a guidés au départ dans le processus d'une telle aventure, nous assurant par la suite de sa disponibilité tout au long de l'étude. Cette relation de confiance nous a permis d'établir un excellent rapport.

Nous tenons à remercier enfin tous les gens qui ont bien voulu offrir leur collaboration à cette étude en prenant le temps de répondre au questionnaire.

1. INTRODUCTION

Dans le cadre du cours universitaire « *Atelier de recherche - SHM-1550* », du programme STS (science, technologie et société), nous nous sommes penchés sur une étude permettant de concerter les différentes notions apprises tout au long de notre parcours académique. Très près de nos préoccupations, nous avons pu mettre ainsi à profit nos connaissances autant dans le domaine de la technologie que de la science proprement dite en termes de « vulgarisation scientifique ».

Le mandat (annexe I) qui nous a été confié avait pour but l'évaluation d'un site internet. Conscient de l'importance que représente l'information scientifique véhiculée sur un espace technologique, le mandataire de cette présente étude a voulu jauger l'opinion des utilisateurs de son site. Nous verrons un peu plus loin l'objectif rattaché à la présente évaluation.

Notre souci de mener à bien cette étude nous aura conduits à nous attarder avec rigueur sur la revue de la littérature afin de sonder et prendre en considération les différents aspects de l'évaluation d'un site web et ainsi déterminer les principales dimensions. Dans une section subséquente nous présentons les résultats ainsi que les limites inhérentes à une telle étude.

Tout d'abord, nous commençons par une brève présentation du site web étudié. Par la suite, nous dressons une revue de la littérature sur le sujet en général. Après, nous établissons l'objectif principal qui sert de ligne directrice au reste de l'étude. Ensuite, nous expliquons la méthodologie utilisée pour arriver à nos fins. Puis, nous passerons à l'analyse et l'interprétation des résultats obtenus par le biais du sondage. De ces résultats découlent certaines hypothèses que nous élaborons davantage dans la partie discussion.

2. PRÉSENTATION DU SITE WEB

D'abord, il convient de mettre en perspective le site web qui fait l'objet de la présente étude par l'entremise d'un bref historique. Le site « *Le cerveau à tous les niveaux* » est en fonction depuis maintenant 5 ans, plus précisément depuis 2002. Ce site est hébergé par l'Université McGill.

Il a été créé à l'initiative de Bruno Dubuc, vulgarisateur scientifique. Il détient notamment une maîtrise en neurobiologie et travaille en tant que rédacteur scientifique. Son parcours professionnel l'a amené à faire de la vulgarisation scientifique pendant une dizaine d'années, tant pour des magazines que pour des émissions de télévision québécoise. De plus, il a été cinéaste et journaliste pour la revue Le Couac.

Sur le plan du financement, le site a joui, en 2001 et 2002, de subventions du ministère de la culture et des communications du Québec. Depuis 2002, le financement vient plutôt de l'Institut de Recherche en Santé du Canada (IRSC), plus précisément, de l'Institut des Neurosciences, de la Santé Mentale et des Toxicomanies[1].

Le site présente un éventail d'informations sur le cerveau et les comportements humains; ces informations scientifiques s'inscrivent dans une démarche transdisciplinaire. Il constitue une plate-forme qui permet de rendre accessible le monde des neurosciences.

---

[1] Bien que Bruno Dubuc soit le seul auteur du site, il convient de préciser que certaines personnes travaillent en collaboration avec lui. Il en est ainsi d'Al Daigen qui s'occupe de la traduction, puisque le site est présenté autant en version française qu'en version anglaise. Sur le plan graphisme et animation, c'est Denis Paquette qui en est le responsable. Quant à la partie programmation, elle est assurée par Patrick Robert.

De plus, celui-ci permet de naviguer de cinq façons différentes, soit par thème, par niveau d'explication, par niveau d'organisation, par ses capsules ou par les visites guidées.

Il existe douze (12) grands **thèmes** qui sont développés sur le site:

- du simple au complexe;
- au cœur de la mémoire;
- le plaisir et la douleur;
- que d'émotions;
- le bricolage de l'évolution;
- le corps en mouvement;
- les détecteurs sensoriels;
- les troubles de l'esprit;
- le développement de nos facultés;
- de la pensée au langage;
- dormir, rêver;
- l'émergence de la conscience (en développement).

Quand on parle de **niveau d'explication**, qui est une autre façon de naviguer sur le site, on réfère à 3 niveaux soit débutant, intermédiaire et avancé. Le **niveau d'organisation** quant à lui, qui est une autre façon de voyager sur le site réfère aux 5 aspects suivants : social, psychologique, cérébral, cellulaire et moléculaire. Concernant le mode de navigation par les **capsules**, celles-ci sont reliées à de l'information supplémentaire que les utilisateurs peuvent aller cueillir. Finalement, naviguer à l'aide de **visites guidées** représente pour les utilisateurs un attrait quant à des questions pré-formulées de façon intéressante. L'originalité du site provient de son mode de navigation qui est adapté autant aux novices qu'aux scientifiques, car ils peuvent opter pour le mode qui leur convient; c'est cette flexibilité qui rend ce site des plus apprécié.

Comme le mentionne Sophie Malavoy, la vulgarisation scientifique est un art. La façon de démystifier la science réside dans l'art de l'illustrer et de l'expliquer afin de la rendre toujours de plus en plus accessible à tous et chacun (Malavoy, 1999). Le

site « *Le cerveau à tous les niveaux* » offre cette accessibilité. Notre intérêt dans cette étude est de savoir comment les utilisateurs s'en servent!

3. REVUE DE LA LITTÉRATURE

3.1 Sondage internet

Différentes alternatives en matière d'évaluation d'un site web

Notre mandat étant l'évaluation d'un site internet, nous avons donc fait des recherches en ce sens. L'avancée de la technologie fait en sorte que l'approche dans les différentes méthodes de sondage a beaucoup évolué (Gestion génique, Sondage en ligne, sondage internet, consulté 2007). Alors que les sondages sur internet sont de plus en plus populaires et leur marche à suivre très documentée, les résultats demeurent cependant difficiles d'accès. Plusieurs raisons sont reliées à cet état de fait.

Nombre de ces sondages n'ont pas comme but premier d'analyser un site web, mais plutôt de répondre à des intérêts divers, exemple «la question du jour». De ce fait, les résultats de ces sondages ne sont jamais divulgués sur internet. Chaque site internet étant différent dans sa forme, son contenu et son objectif, il est difficile de trouver un résultat d'analyse s'appliquant explicitement à ce que nous voulons faire. **L**a littérature nous apprend que malgré la naissance d'internet depuis le milieu des années 60 (Chemla, 2005), par l'armée américaine à des fins militaires, l'accès internet au grand public ne se fera que beaucoup plus tard. Par conséquent, il devient passablement ardu de trouver un historique sur les sondages, ces derniers étant une réalité nouvelle.

D'autre part, nos lectures nous ont amenés à prendre en considération un dernier aspect, mais non le moindre, qui est le fait que les résultats de l'évaluation d'un site

web sont propres à son propriétaire. Des recommandations sont formulées aux auteurs de ces sites quant à la diffusion des résultats aux compétiteurs, ceux-ci pouvant s'en acquérir. (Webmaster, Comment réaliser un sondage d'opinion d'un site web, 2000).

Nous sommes à même de constater que les exemples ne fluctuent pas pour nous guider sur l'aspect « évaluation » puisque l'accessibilité aux rapports est généralement impossible. Comme mentionné plus haut, la naissance d'internet étant à ses débuts, cela nous limite à certains égards. Par conséquent, nous avons concentré nos recherches davantage sur la façon de faire une évaluation plutôt que sur le résultat final d'une évaluation comme telle. Selon Haigh et Megarity (1998), « la façon de faire une évaluation » des données recueillies sur un site web doit tenir compte de l'adresse IP (identification personnelle). Cette dernière est reliée à un ordinateur plutôt qu'à un utilisateur ou identificateur de personne (Haigh et Megarity 1998). En effet, un même utilisateur peut posséder plusieurs adresses IP et donc répondre plus d'une fois à un sondage (Gourvennec, 2000).

Ce faisant, nous sommes conscients de toute évidence, sans vouloir minimiser cette information, qu'il est difficile, pour ne pas dire impossible d'assurer un contrôle sur cet aspect. Toutefois, toujours selon Haigh et Megarity (1998), une compilation adéquate et sérieuse des données produit des statistiques pour le moins cohérentes. Nous devons par contre demeurer prudents dans l'interprétation.

Les alternatives que nous avons relevées en matière d'évaluation d'un site web sont nombreuses. Nous en avons retenues quatre (4) principalement.

Du point de vue d'un ergonome, par exemple, le site aurait été analysé dans des dimensions touchant plus à des questions de lisibilité reliées entre autres à la clarté ou à la structuration. L'aspect en lien avec les questions d'accessibilité notamment le

choix des couleurs, la taille de polices etc. aurait également été considéré (Ergonomie des sites web, 2007). De plus, rattachée à cette méthodologie, deux possibilités sont offertes : l'évaluation experte et les tests d'utilisabilité (Guide pratique de conception et d'évaluation ergonomique de sites Web, 2001).

Le deuxième type d'évaluation que nous avons repéré lors de notre revue de la littérature touche plus à l'évaluation demandée par une entreprise qui crée un site Web commercial. Cette évaluation est différente de la précédente en ce sens qu'elle touche visiblement plus la « *compréhension des facteurs clés de succès d'un site Web* » (Galan, 2001). On voit ici toute l'importance de vérifier les moindres détails « *accrocheurs* » reliés à la question de « *marketing* », afin de défier la concurrence.

Le troisième constitue davantage une approche structurée qui touche un peu plus au « *concept d'évaluation du site* » et tend à en évaluer les différentes alternatives. Cette approche s'appuie notamment sur « *l'élaboration scientifique d'une grille de critères* » (Institut des sciences du document numérique, 2007). Cette démarche décrite comme étant plus scientifique vise plutôt, à partir de critères très précis et pré-établis, à évaluer le site de façon individuelle et par la suite d'en soumettre des conseils.

Les trois approches que nous venons de décrire demeurent dans le « champ » de l'observation individuelle en lien avec un site web sans égard à l'opinion des utilisateurs du site. Ce genre d'évaluation, tout en ayant pour but d'offrir un site des plus convivial, ne jauge aucunement l'opinion des utilisateurs. En fait, l'évaluation ne tient pas compte de cet aspect. Tout se passe entre l'analyste et le site en question avec une grille de critères préétablis.

Pour notre part, dans le but d'atteindre notre objectif, nous avons davantage tenu compte d'une évaluation où l'on pouvait sonder l'opinion de l'utilisateur. Nous

retrouvons dans le domaine des sciences sociales entres autres, ce genre de sondage. Encore là, plusieurs opportunités s'offraient à nous dans ce domaine. Par exemple : l'entrevue, le focus groupe, le sondage par questionnaire. Conscient que cette dernière alternative était la plus appropriée pour atteindre notre objectif, nous avons choisi de retenir cette option. Nous avons donc privilégié cet instrument d'enquête qui nous permet de mieux connaître les « besoins des utilisateurs » mais également les « priorités d'intervention » (Mayer, 1991). Bien que cette méthode se retrouve souvent dans le champ de l'intervention sociale, cet outil était adapté à notre étude puisque nous voulions cibler un objectif précis à savoir les modes de navigation des utilisateurs. Par contre, avec des questions très directes et appropriées à notre étude, ce sondage nous a permis de connaître en plus, les besoins des utilisateurs ainsi que les priorités qui s'imposent en termes de modifications, d'ajouts ou d'améliorations du site. Cette approche était donc pour nous la plus appropriée et la plus complète, puisqu'elle visait à rendre accessible l'information que nous avions besoin de cueillir pour notre étude.

La méthode d'entrevue fait partie d'une autre approche employée en sciences sociales. Par exemple, le fait de passer une entrevue à un certain nombre d'utilisateurs avec une grille pré-établie aurait peut-être été plus compliqué pour le cas qui nous concerne, entre autres pour la cueillette de données et le temps alloué pour cette étude.

L'autre approche visant à suivre un groupe de personnes (exemple 20 personnes), à qui nous aurions demandé de naviguer sur le site et de nous rendre par la suite leurs impressions aurait été à notre avis également moins favorable. Aussi, advenant le cas où nous aurrions pu suivre ces personnes durant un temps donné à travers leur navigation, cela nous aurait demandé de plus amples connaissances en informatique pour récolter les données. Il faut également considérer le fait qu'il aurrait été plus

difficile de s'adresser à un nombre aussi élevé d'utilisateurs que lors d'un sondage en ligne où nous avons pu atteindre 351 personnes.

3.2 Sondage par enquête sur le web

Plusieurs sites web sont à même de nous fournir des grilles d'analyse d'un sondage en ligne. Ceux-ci nous ont permis de prendre connaissance des différentes marches à suivre par les exemples d'enquêtes déjà réalisées (Gourvennec, 2000).

Nous avons pris en considération que notre étude est toutefois différente des exemples de sondage que l'on nous présente régulièrement. En effet, les sondages sur le site web traitent en général du nombre de visites, de l'auteur du site, de l'adresse URL, et de divers aspects reliés au site. Notre étude cible un tout autre objectif, qui demande l'élaboration de notre propre questionnaire. Notre travail demande un questionnement plus en profondeur que le simple fait de savoir le nombre d'utilisateurs qui visitent le site par exemple. Par contre, d'autres sites ont répondu davantage à notre questionnement en regard au mandat initial, en ciblant des questions associées au confort en matière de navigation (Haigh et Megarity, 1998).

4. OBJECTIF DE L'ÉTUDE

L'objectif de la présente étude s'inscrit dans un cadre informationnel, afin de mieux connaître certaines pratiques des différents utilisateurs. De façon plus concrète, la démarche visait essentiellement à s'enquérir de la façon dont les utilisateurs naviguent sur le site en question. Pour atteindre cet objectif, nous avons entrepris une démarche dans un cadre opérationnel, conçu afin d'intégrer les différentes activités à réaliser et les inscrire dans le temps.

Par une exploration individuelle du site, nous avons été à même de constater les différentes façons de naviguer pour les utilisateurs. En plus de nous faire connaître le site, cet exercice nous a permis de nous mettre au même niveau que les utilisateurs et ainsi comprendre la structure organisationnelle du site

Nous avons d'abord identifié des variables relatives au profil des répondants, soit le genre, l'âge et la situation socioprofessionnelle. Chacune de ces variables seront croisées avec les différentes variables indépendantes. Ces dernières comprennent : le mode d'emploi, le niveau de vulgarisation, la découverte du site, la procédure pour obtenir une information précise, la fréquence de visite, le prétexte d'utilisation du site, la navigation au début de la fréquentation et une fois familiarisé.

5. MÉTHODOLOGIE

Pour atteindre notre objectif, une consultation de la littérature nous a permis de privilégier la méthode questionnaire par sondage. Cet instrument de mesure apparaît le plus pertinent pour atteindre l'objectif de notre étude. Nous nous sommes assurés que notre choix d'instrument d'enquête répondait à certains objectifs courants tels que proposés par Mayer et Ouellet (1991). Ce choix nous a fait prendre conscience dans un premier temps du le genre de données à recueillir, notamment le choix de questions « ouvertes » ou « fermées » que nous devions élaborer. Nous avons produit un questionnaire de douze (12) questions au total dont onze (11) questions fermées et une question ouverte. Nous avons décidé de nous limiter à 12 questions puisque, dans la littérature, on nous suggère de formuler moins de 10 questions, parce que « *les utilisateurs n'ont pas le temps. Ils ont seulement quelques minutes à consacrer au questionnaire* » (Comment réaliser un sondage d'opinion d'un site web, 2005). Mais, nous avons choisi ce nombre pour mieux cibler leur façon de naviguer, à travers les choix mis à leur disposition. Ainsi, la justification de notre sélection de question vise

à voir comment les utilisateurs se comportent envers les différentes options de navigation qui s'offrent à eux.

Par le biais de ce questionnaire (annexe II), nous sommes allés sonder les habitudes de navigation des différents utilisateurs. La grille avait pour but de déterminer au départ certains indicateurs de mesure qui nous serviront à l'analyse des données ultérieurement.

Le questionnaire a été placé directement sur le site du mandataire par un lien hypertexte (annexe III). Il est important de mentionner qu'à la demande du mandataire, le questionnaire a été produit en français uniquement puisqu'il était présenté sur la version francophone du site seulement.

L'outil qui a servi de plate-forme au questionnaire et ainsi procédé à la cueillette des données est Survey Monkey. Ce site, très convivial, nous a permis d'avoir une vision d'ensemble du processus de cueillette des données et ainsi en suivre l'évolution quotidienne comme nous le verrons plus loin. De plus c'est par le biais de ce même outil que nous avons pu effectuer l'analyse des différentes données.

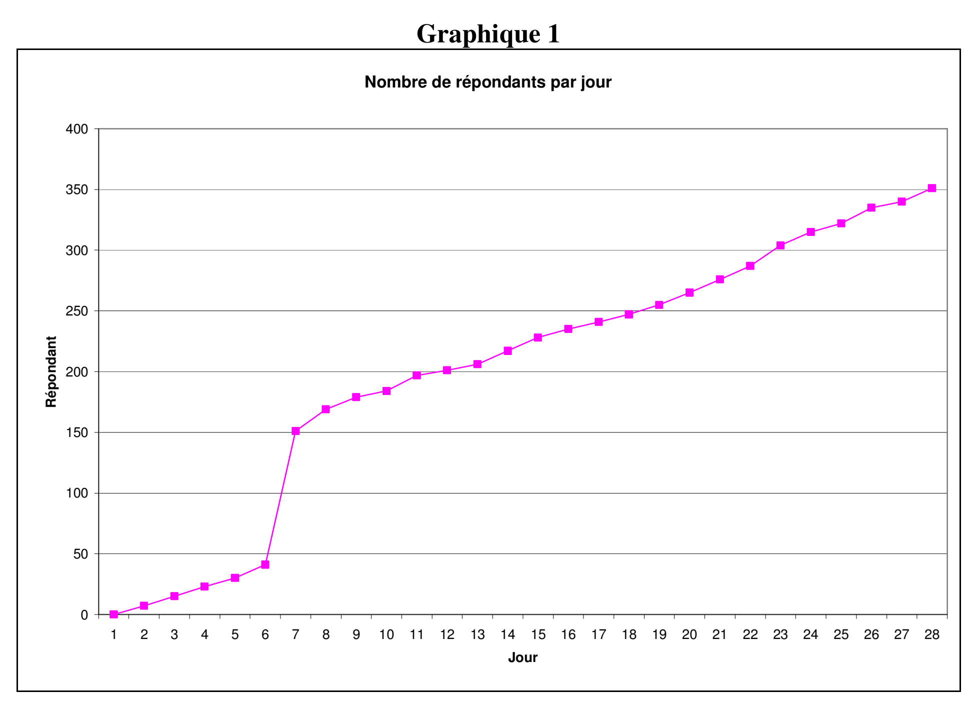
Aucun échantillon n'avait été ciblé au départ. Le sondage se faisait de façon aléatoire. Cette façon de faire avait pour but de recueillir l'opinion d'un éventail de visiteurs et obtenir des informations représentatives de la population des visiteurs du site (Gestion Génique, Sondage en ligne, sondage internet). Par contre, vers la cinquième journée, d'un commun accord avec le mandataire, nous avons cru bon de cibler des répondants potentiels supplémentaires via la liste d'abonnés aux courriels du site en invitant ceux-ci à répondre de façon tout à fait libre au questionnaire.

Il est important de mentionner que nous avions un échéancier assez restreint étant donné le but premier de cette étude à fins académiques. La cueillette de données par

questionnaire se sera donc déroulée du 31 janvier 2007 au 28 février 2007 inclusivement. Nous considérons que les résultats que nous avons collectés sont tout de même représentatifs de la clientèle du site pour la période consentie à l'étude. En effet, dans un document sur la réalisation d'un sondage d'opinion d'un site web, il est indiqué qu'après au moins une centaine de répondants, nous sommes assurés d'avoir un bon rendement (Webmaster, Comment réaliser un sondage d'opinion d'un site web). Cependant, après vérification auprès d'une compagnie de sondage à savoir quelle est l'évaluation du taux de réponses, plusieurs facteurs entrent en jeu pour déterminer les résultats de ceux-ci. En effet, cela dépend des répondants à qui l'on s'adresse, du mode de transmission du sondage, de l'intérêt des gens, de la convenance des questions ainsi que de la longueur du questionnaire. Certains sondages fonctionnent par incitatif en offrant aux répondants un présent (Gestion génique, information reçue par courriel 23 janvier 2007).


Quant au taux de réponse, le graphique 1 présente l'évolution cumulée des réponses.

Graphique 1



Lors de la récolte des données, le taux de rendement durant les premiers jours était faible. Étant donné que nous étions limités dans le temps, nous avons dû réajuster la situation. À la suite d'un accord avec le mandataire, nous avons pu envoyer un message à tous les abonnés du site dans le but de les inviter à remplir le questionnaire. Durant les quelques jours suivant cet envoi, le taux quotidien de répondants a connu une hausse fulgurante, mais s'est rapidement stabilisé.

Enfin, nous avons peaufiné le présent rapport en y insérant des statistiques de l'Université McGill (annexe IV) auxquelles nous avons pu accéder avec l'accord du mandataire. Bien que ces données ne soient pas étroitement liées à notre objectif général, il s'avère intéressant de les inclure afin d'offrir des informations complémentaires.

6. ANALYSE DES DONNÉES

La cueillette de données s'est réalisée en une seule étape et s'est échelonnée sur une période de 28 jours. Par la suite, nous avons fait deux (2) types d'analyse reprenant les matériaux quantitatifs et qualitatifs. Nous avons attribué pour chacune une attention particulière. Pour l'analyse quantitative, nous avons pris soin de faire un croisement entre les indicateurs pour avoir un meilleur portrait de la situation. Nous avons relevé les principaux tableaux, que nous verrons ultérieurement, donnant des résultats représentatifs. Pour l'analyse qualitative, nous avons fait un regroupement des principaux commentaires.

6.1 Analyse des données globales

Voici l'analyse quantitative faisant état de l'ensemble des énoncés des utilisateurs sur 11 graphiques, représentant une vision synoptique du questionnaire.

a) Les caractéristiques de l'échantillon

À la lumière des graphiques suivants, nous avons fait ressortir les résultats les plus significatifs. Tel que mentionné précédemment nous avons obtenu dans ce sondage un total de 351 réponses.

Pour les questions servant à dresser le profil des répondants, nous constatons (graphique 2), que la majorité est composée de femmes (61%) et que les hommes représentent 39% des répondants.

Le groupe d'âge le plus important (graphique 3), se situe dans la tranche de 31 à 55 ans (42%). Il n'y a que très peu d'enfants de 8 à 13 ans qui ont répondu au sondage, soit 1%. Les 14 à 18 ans se retrouvent à 10%. Quant aux 19 à 30 ans, ils composent 25 % l'échantillon. Les 56 ans et plus, réunissent 21% des répondants.

Concernant la situation socioprofessionnelle (graphique 4), la plus forte proportion appartient aux travailleurs à 42%. Viennent ensuite les étudiants qui se situent à 35%. Les retraités représentent 12%. Les chercheurs représentent 8% de l'échantillon. Par contre, il y a très peu de répondants sans emploi ni aux études (chômeurs), c'est-à-dire 4%.

b) Modes de navigations

Pour ce qui est de la fréquence des visites; la plus forte proportion des répondants visitent ce site mensuellement soit à 43% (graphique 6). Les utilisateurs hebdomadaires, représentent de 28% de l'échantillon. Quand aux répondants qui l'utilisent annuellement, ils sont 20%. Enfin, 9% le visite de façon quotidienne.

On constate que 79% des répondants n'ont pas eu recours à la section mode d'emploi lors de leurs premières visites sur le site, alors que 21% l'ont utilisé (graphique 5).

En ce qui a trait à la navigation favorite des répondants au début de la fréquentation du site (graphique 7), ceux-ci privilégient à 41% un peu tous les modes de navigation. Cependant, non loin derrière, 34% d'entre eux explorent le site en utilisant les thèmes et les sous-thèmes. On retrouve 15% des utilisateurs préférant les différents niveaux d'explication. Par la suite, les niveaux d'organisation sont appréciés à 5%. Enfin, les plus faibles proportions sont attribuées à la catégorie « capsules » ou aux « liens vers d'autres sites web » à 4% et aux « visites guidées » à 2%.

Par la suite, une fois les répondants familiarisés avec le site, ils préfèrent y naviguer en choisissant les thèmes et les sous-thèmes à 36% (graphique 8). Cela est suivi par la catégorie « un peu tous les modes de navigations » à 24%. Ensuite, les utilisateurs de la catégorie « niveaux d'explication » arrivent à 21%. Puis, les répondants ont préféré à 13% les niveaux d'organisation pour l'exploration des sujets. Enfin, une faible part des répondants se servent des capsules (3%) ou des visites guidées (2%).

Par ailleurs, parmi tous les répondants, 47% se considèrent en majeure partie à l'aise avec le niveau d'explication avancé du site (graphique 9). En deuxième position arrive le niveau de vulgarisation intermédiaire avec 36%. Quant au niveau débutant, seulement 17% l'utilisent.

Quant à la façon d'obtenir une information précise sur le site, les utilisateurs ont répondu en grande partie (40%) qu'ils utilisent les 12 thèmes de la page d'accueil (graphique 10). Vient ensuite le moteur recherche du site avec 26 % des réponses. Puis les répondants utilisent à 17% le plan du site pour obtenir une information précise. Puis, en dernier recours, avec les proportions les plus faibles arrivent les utilisateurs qui procèdent par hasard (10%) et ceux qui ne cherchent rien en particulier (7%).

Le prétexte pour lequel les répondants utilisent le site, 43% s'en servent à des fins personnelles, 31% à dans un but académique et 26% pour des raisons professionnelles (graphique 11).

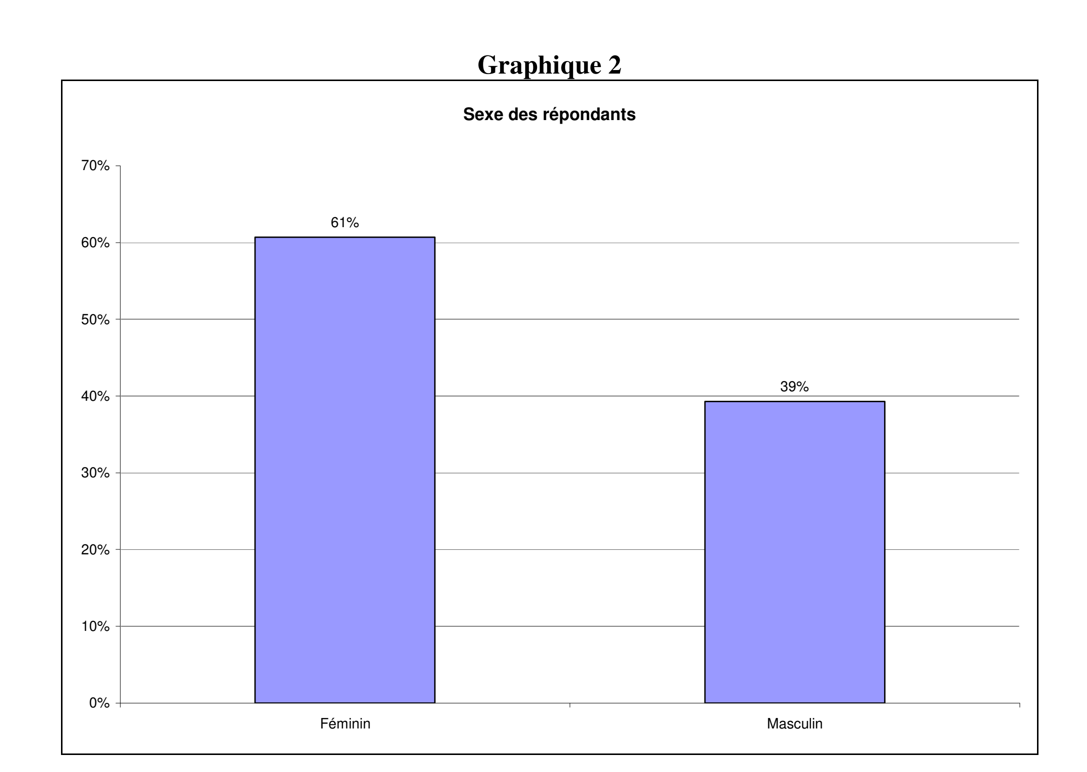
Finalement, concernant la découverte du site, une partie importante des répondants accèdent au site grâce à une recherche spécifique par mots clés, soit 38% (graphique 12). Les autres le font soit par hasard (27%), par bouche à oreille (18%) ou par le biais de liens sur d'autres sites (17%).

c) Comparaison des modes de navigation au début de la fréquentation et une fois familiarisé avec le site

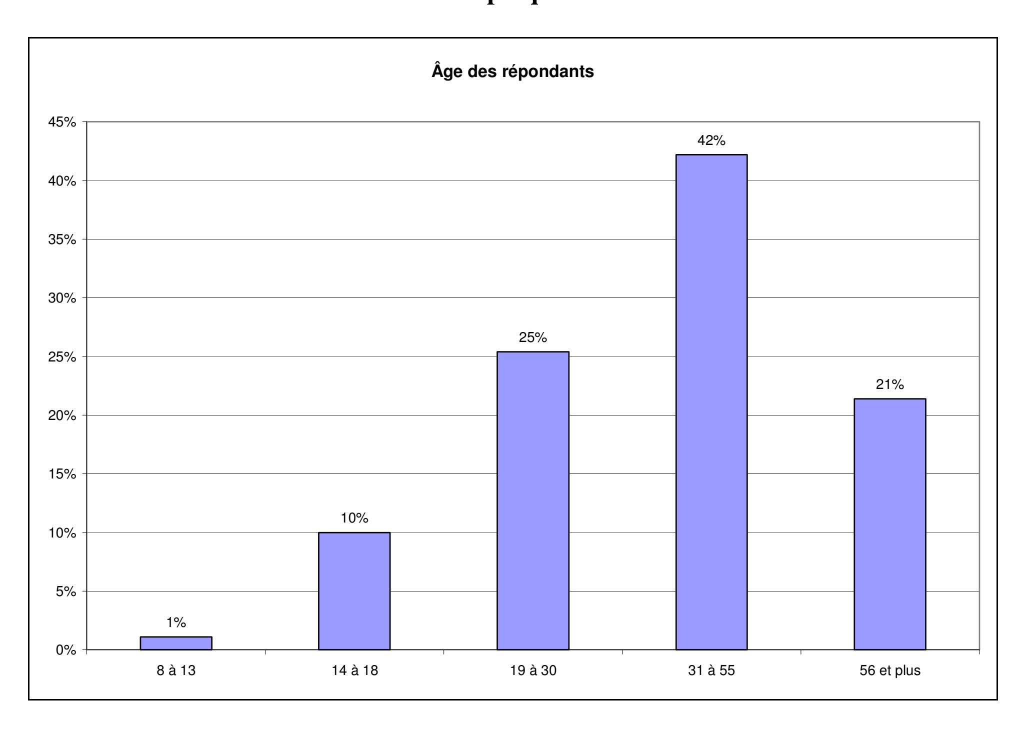
Les deux pointes de tarte du graphique 13 représentent la méthode préférée des utilisateurs au début de leur fréquentation (tableau de gauche) par rapport à leur méthode favorisée une fois à l'aise avec le site (tableau de droite). Nous nous rendons compte que tant au début de la fréquentation qu'une fois familiarisés, les répondants préfèrent la navigation par thèmes et sous-thèmes. Toutefois, nous remarquons une migration marquée des utilisateurs de la méthode « essayant un peu tous les modes de navigation » (40% tableau de gauche, pourcentage qui chute à 24% tableau de droite) vers celle « en explorant des sujets à différents niveaux d'explication » (21% tableau de droite) et « en explorant des sujets à différents niveaux d'organisation » (13% tableau de droite). Donc une fois familiarisés avec le site, les utilisateurs optent pour un mode de navigation plus précis.

Nous avons fait ressortir ces derniers graphiques de comparaison (graphique 13) quant aux méthodes de navigation au début de la fréquentation du site et une fois familiarisé avec le site, puisque cet aspect rejoint totalement l'objectif de l'étude. Nous remarquons que ce qui reste toujours très populaire pour les deux tableaux sont les thèmes et les sous thèmes et tous les modes de navigation.

Graphique 2

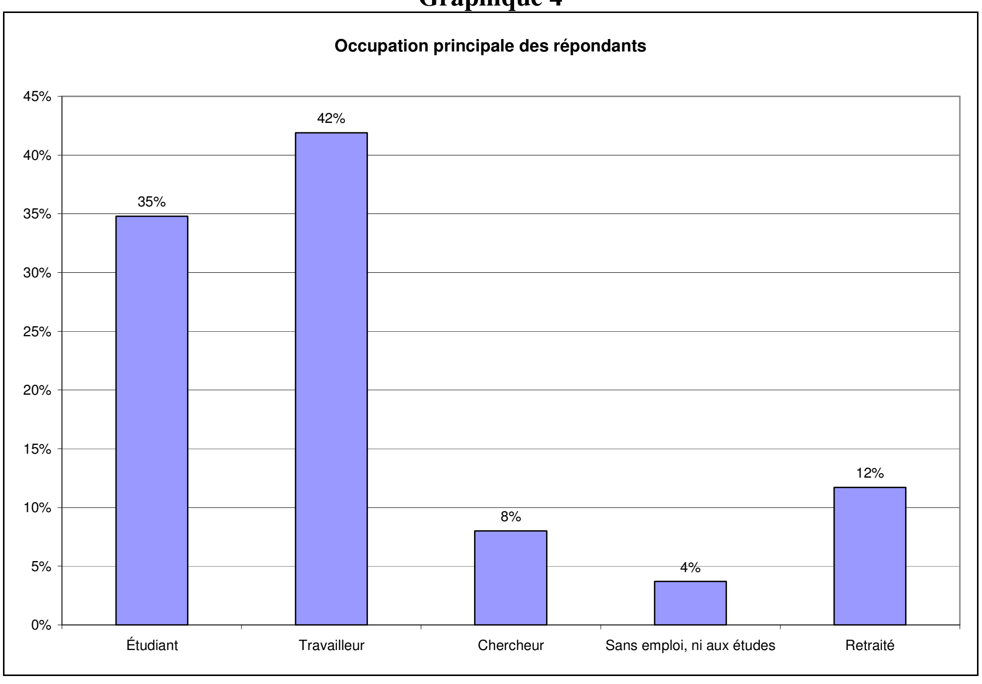


Graphique 3

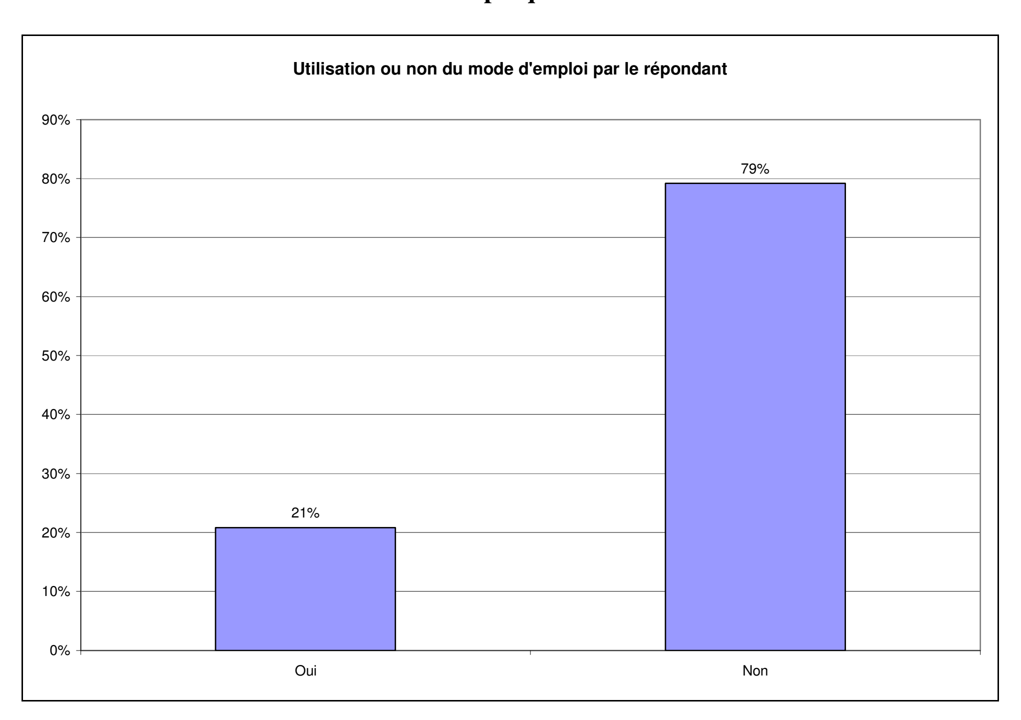




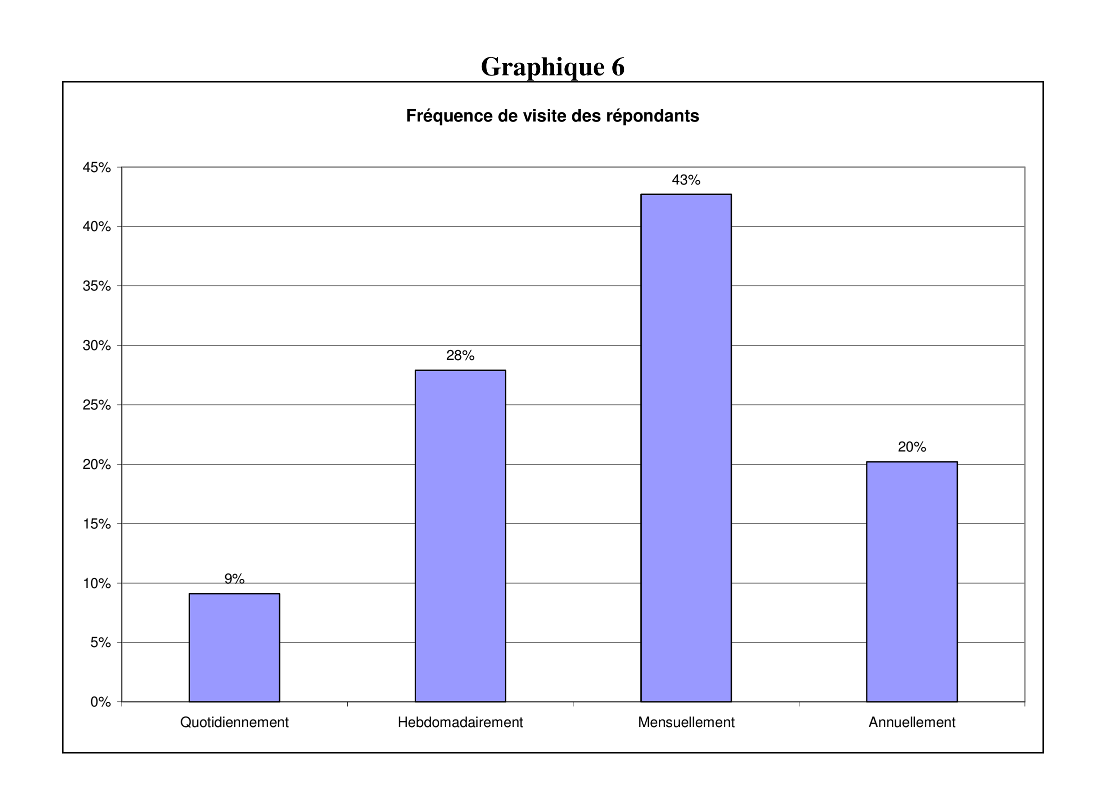
Graphique 4



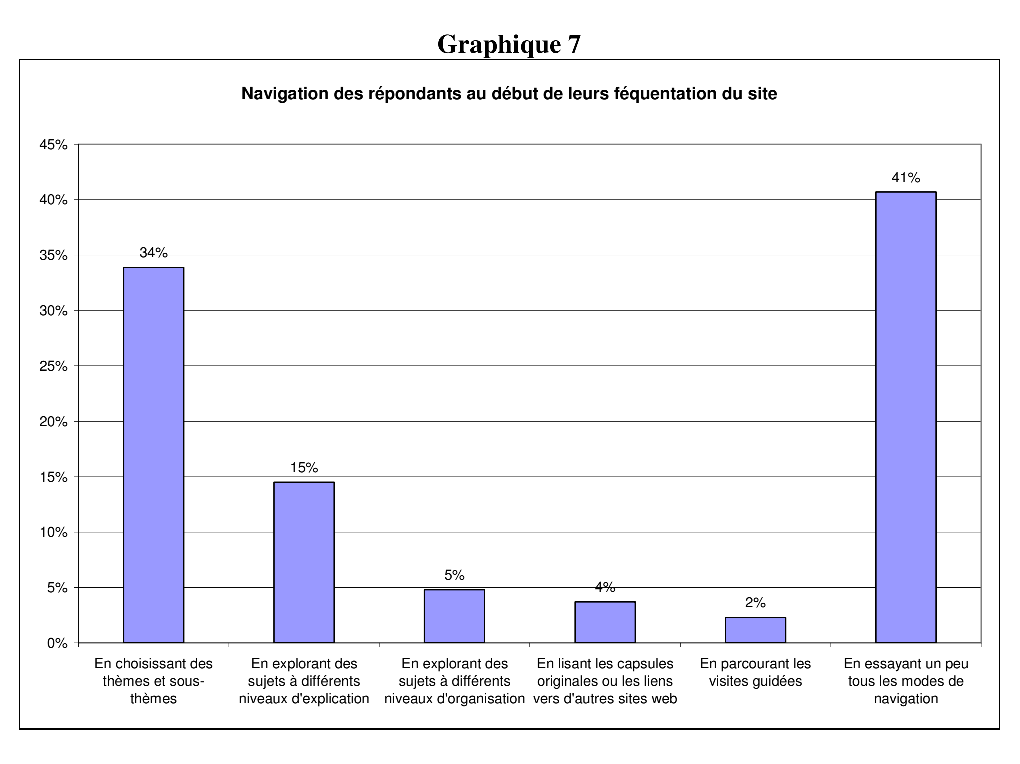
Graphique 5



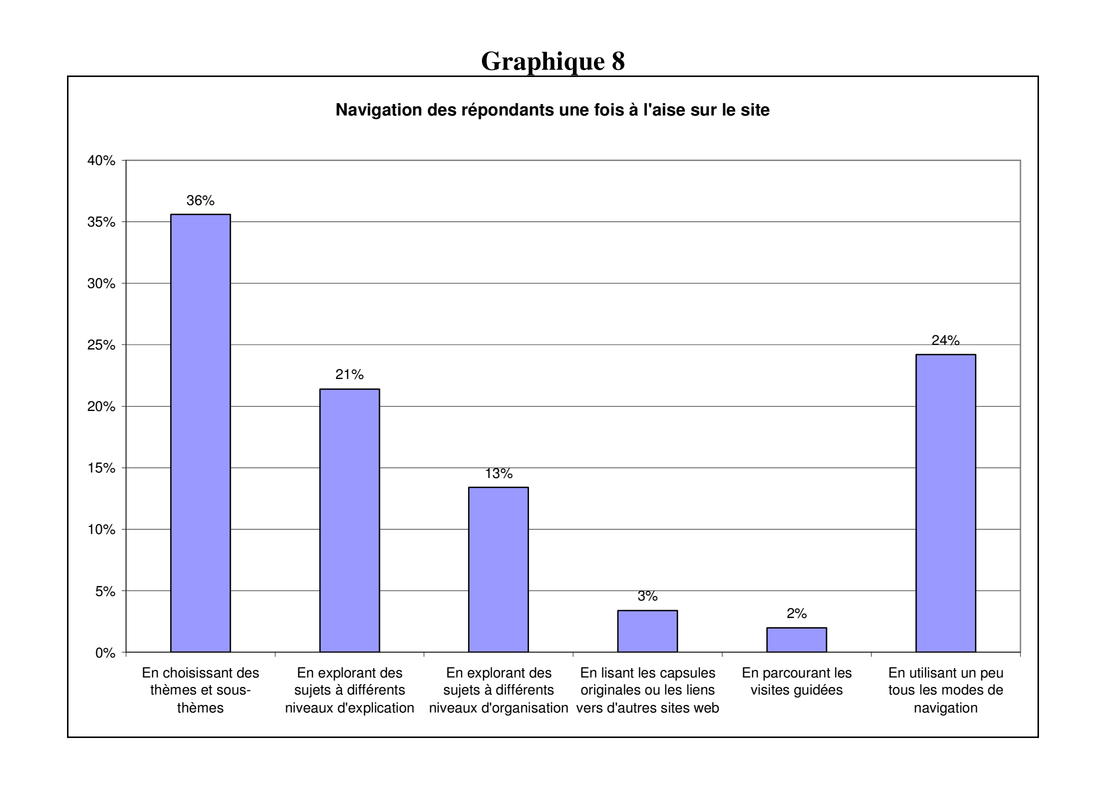
Graphique 6



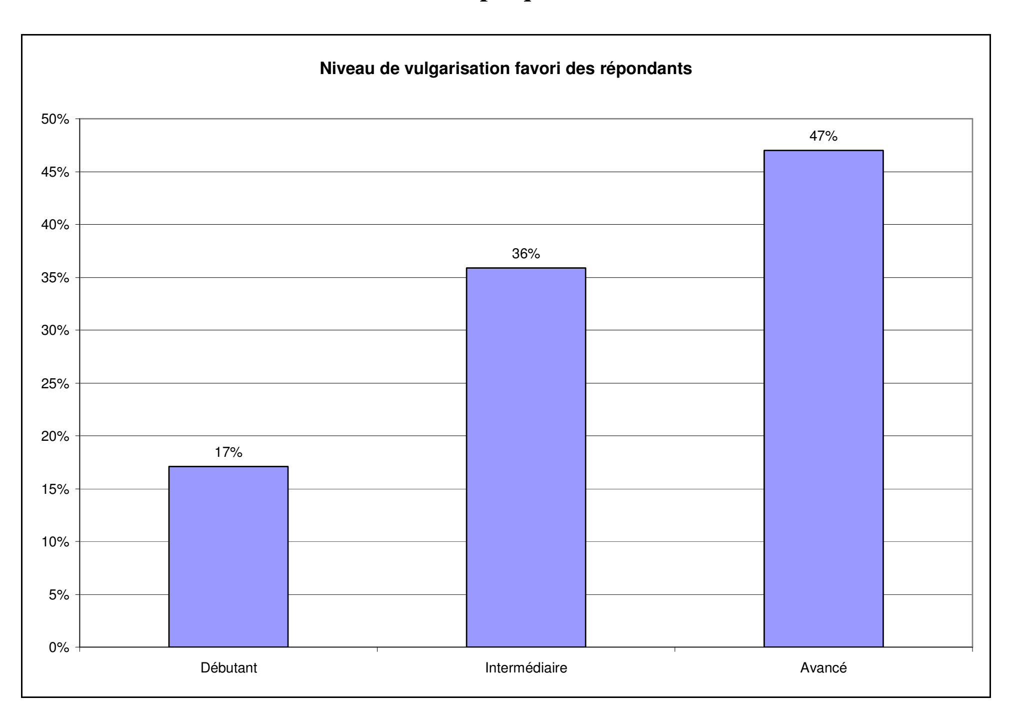
Graphique 7



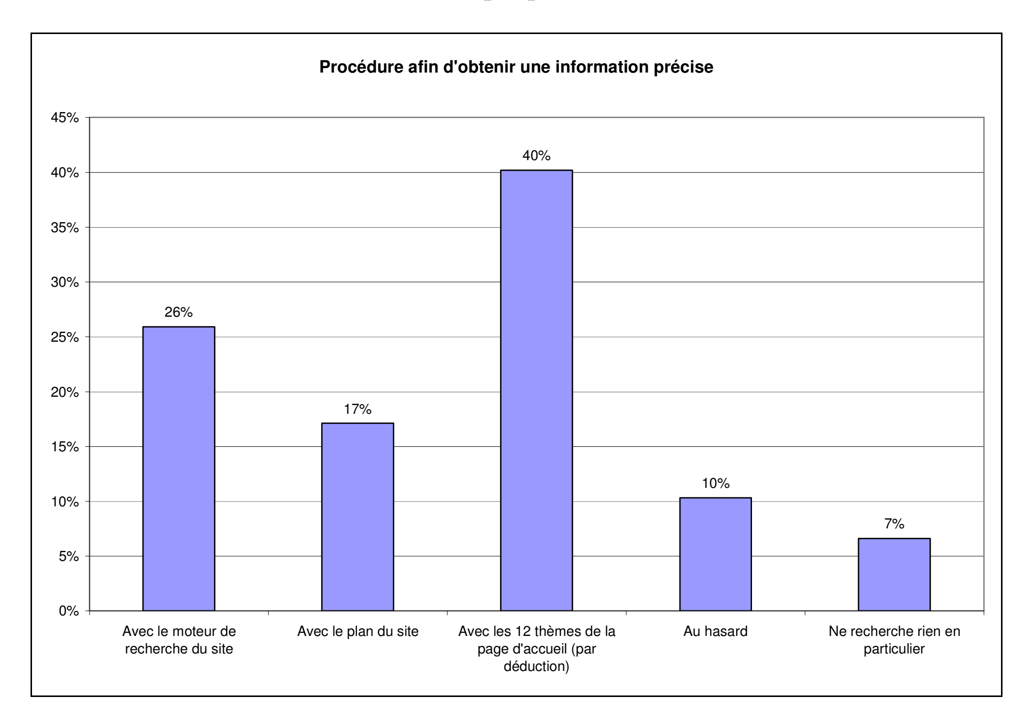
Graphique 8



Graphique 9

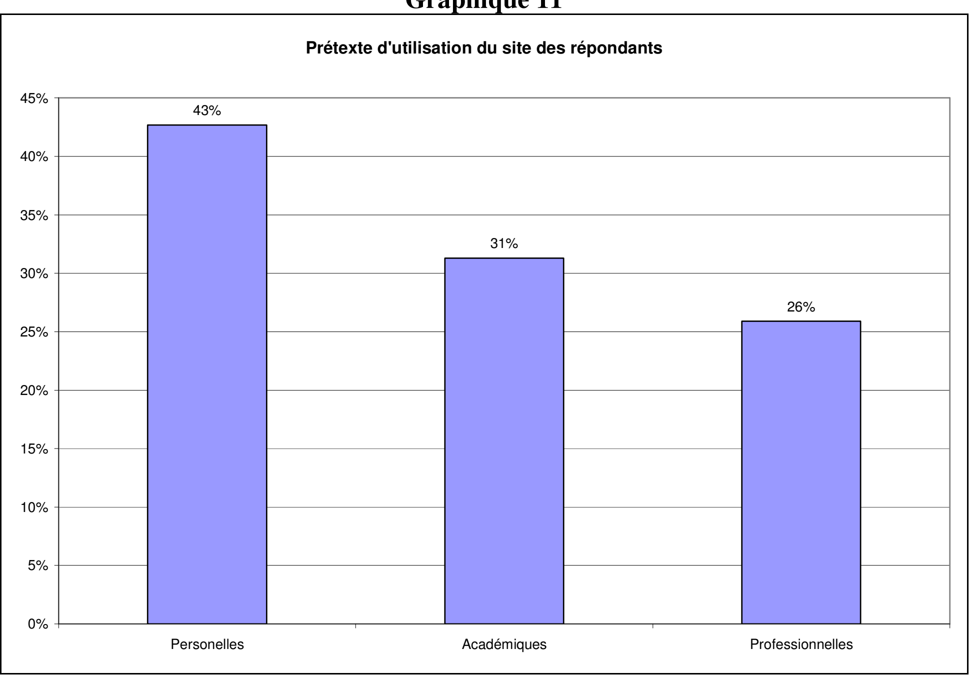


Graphique 10





Graphique 11

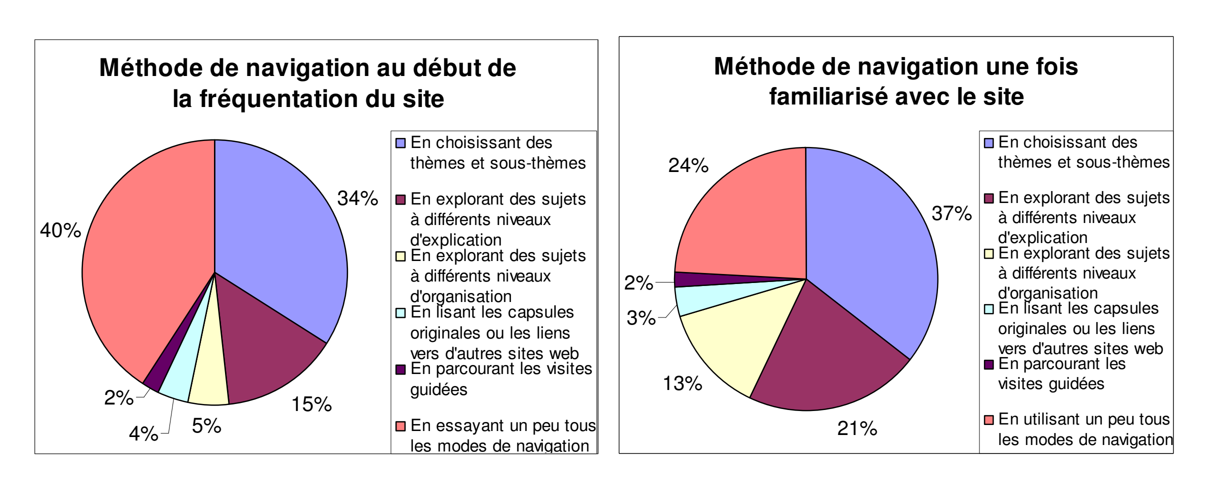


Graphique 12

Découverte du site par les répondants

Par hasard 27%
Bouche à oreille 18%
Recherche spécifique (mots clés) 38%
Liens sur un autre site 17%

Graphique 13



6.2 Analyse bivariée

6.2.1 Le genre

a) Les caractéristiques des répondants

Le croisement des différentes variables permet de dégager un portrait plus complet de l'ensemble des répondants sur les différentes données démographiques et autres.

Nous observons au tableau 1 une forte présence d'utilisateurs âgés de 31 à 55 ans, et ce pour les deux sexes (43% des femmes et 41% des hommes). Nous remarquons également que pour la tranche de 56 ans et plus, la proportion d'hommes est largement plus forte que celle des femmes (33% versus 14%). Le contraire est cependant observé dans les groupes d'âge de 8 à 18 ans et celui de 19 à 30 ans, où l'on retrouve les femmes en plus grand nombre (13% versus 8% et 30% versus 18% respectivement). Globalement, les femmes plus jeunes fréquentent le site alors que les hommes, eux, sont plus âgés.

Tableau 1: Groupe d'âge selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Groupe d'âge	*8 à 18 ans*	13%	8%	**11%**
	19 à 30 ans	30%	18%	**24%**
	31à 55 ans	43%	41%	**42%**
	56 ans et plus	14%	33%	**24%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

Le tableau 2 permet de souligner que la plus importante catégorie des utilisateurs est constituée des « travailleurs » et ce pour les deux sexes (44% hommes et 40% femmes). Il faut également noter que 43% des femmes sont étudiantes. Quant aux retraités, on remarque que beaucoup d'entre eux sont des hommes (19%). Le taux de 43% des femmes attribué aux étudiants est probablement dû au fait que les femmes sont nombreuses à étudier dans le secteur des sciences.

Tableau 2: Situation socioprofessionnelle selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Situation socioprofessionnelle	*Étudiant*	43%	22%	**33%**
	Travailleur	40%	44%	**42%**
	Chercheur	7%	10%	**9%**
	Chômeur	3%	5%	**4%**
	Retraité	7%	19%	**13%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

b) Mode de navigation

Nous remarquons que, tant chez les femmes que les hommes, la grande majorité d'entre eux ont tendance à ne pas utiliser l'option « utilisation du mode d'emploi » (82% pour les femmes et 75% pour les hommes) (tableau 3). Nous considérons que c'est probablement dû à une habitude ou un mode de fonctionnement général que de fureter un peu partout sans prendre le temps de passer par le mode d'emploi. Souvent les répondants l'essaient après avoir pris connaissance du fontionnement du site.

Tableau 3: Utilisation du mode d'emploi selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**TOTAL**
Utilisation du mode d'emploi	*Oui*	18%	25%	**22%**
	Non	82%	75%	**79%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

Nous observons au tableau 4 que la plupart des répondants visite le site mensuellement et ce pour les deux sexes (42% pour les femmes et 44% pour les hommes). Ensuite, nous constatons que peu d'entre eux viennent consulter le site quotidiennement (11% pour les femmes et 7% pour les hommes). Les résultats sont difficilement interprétables car la question aurait gagné à être mieux formulée. Par exemple, il est difficile pour une personne qui fréquente le site pour la première fois de se positionner dans une catégorie.

Tableau 4: Fréquence de visite selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Fréquence de visite	*Quotidiennement*	11%	7%	**9%**
	Hebdomadairement	26%	30%	**28%**
	Mensuellement	42%	44%	**43%**
	Annuellement	21%	20%	**21%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**101%**

Nous observons que la proportion la plus forte du tableau 5 indique, davantage pour les hommes que pour les femmes, qu'ils préfèrent utiliser un peu tous les modes de navigation disponibles (44% chez les hommes et 39% chez les femmes). D'un autre côté, quand les utilisateurs choisissent un mode de navigation en particulier, ils ont plutôt tendance à naviguer par thèmes, surtout chez les femmes (39% d'entre elles comparativement à 27 % des hommes). En ce qui a trait aux femmes, leur choix de mode de navigation est mitigé entre la navigation par thèmes et celle qui favorise un peu tous les modes. Donc, on remarque qu'il y a deux modes de navigation dominant; que les femmes préfèrent la navigation par thèmes et les hommes sont un peu plus nombreux à utiliser tous les thèmes.

Nous considérons que les tendances qui ressortent soit pour la catégorie «thèmes et sous-thèmes» et «tous les modes de navigation» sont dans la norme. En effet, avant même de se servir des niveaux d'explication ou d'organisation, les utilisateurs sont intéressés aux thèmes présentés sur la page d'accueil. De plus, comme toute nouveauté, ils explorent tous les modes de navigation. C'est probablement une question de curiosité pour la première visite.

Tableau 5: Mode de navigation favori au début de la fréquentation selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Navigation au début de la fréquentation du site	*Thèmes et sous-thèmes*	39%	27%	**33%**
	Niveaux d'explication	12%	19%	**16%**
	Niveaux d'organisation	5%	4%	**5%**
	Capsules ou liens vers d'autres sites	3%	4%	**4%**
	Visites guidées	3%	1%	**2%**
	Tous les modes de navigation	39%	44%	**42%**
	TOTAL	**101%**	**99%**	**100%**

Il y a trois principaux modes de navigation avec un peu de différence entre hommes et femmes (tableau 6). Nous observons une tendance plus marquée pour le choix des thèmes et des sous-thèmes et ce pour les deux sexes (38% pour les femmes et 32% pour les hommes).

Tableau 6: Mode de navigation favori une fois familiarisé avec le site selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Navigation une fois familiarisé avec le site	*Thèmes et sous-thèmes*	38%	32%	**35%**
	Niveaux d'explication	23%	20%	**22%**
	Niveaux d'organisation	14%	13%	**14%**
	Capsules ou liens vers d'autres sites	2%	5%	**4%**
	Visites guidées	2%	1%	**2%**
	Tous les modes de navigation	21%	29%	**25%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

Si l'on compare le tableau 5 au tableau 6, les répondants utilisent d'avantage les niveaux d'explication et d'organisation une fois familiarisé avec le site.

Nous sommes à même de constater dans le tableau 7, que les hommes sont proportionnellement plus nombreux à indiquer qu'ils sont à l'aise avec le niveau avancé (58%). Les femmes se considèrent presque autant de niveau intermédiaire que de niveau avancé, (respectivement à 42% et 40%).

Tableau 7: Niveau de vulgarisation selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Niveau de vulgarisation	*Débutant*	18%	15%	**17%**
	Intermédiaire	42%	27%	**35%**
	Avancé	40%	58%	**49%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

La majorité des utilisateurs favorise les 12 thèmes de la page d'accueil au tableau 8, mais ce sont les hommes qui utilisent davantage cette option à comparer aux femmes (49% et 34% respectivement). La deuxième plus grande proportion de répondants se sert du moteur de recherche du site (28% chez les femmes et 23% chez les hommes). Il est également intéressant de constater qu'une faible proportion des utilisateurs cherche leurs informations de façon aléatoire ou ne recherche rien en particulier (22% et 10% respectivement). Nous somme d'avis qu'étant donné qu'il y a déjà 12 thèmes proposés sur la page d'accueil les utilisateurs sont portés à chercher l'information en vérifiant d'abord par les thèmes.

Tableau 8: Procédure pour obtenir une information précise selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Procédure pour obtenir une information précise	*Moteur de recherche du site*	28%	23%	**26%**
	Plan du site	16%	19%	**18%**
	12 thèmes de la page d'acceuil	34%	49%	**42%**
	Hasard	13%	7%	**10%**
	Ne recherche rien en particulier	9%	3%	**6%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**101%**

Nous constatons chez les hommes une proportion plus forte d'utilisation à des fins personnelles (54% pour les hommes comparativement à 35% pour les femmes) (tableau 9). D'autre part, pour les autres répondants, on observe que les écarts de pourcentage sont à peu près similaires. Les femmes sont plus nombreuses à être dans le groupe « étudiant », c'est pourquoi nous retrouvons plus de femmes dans la catégorie « prétexte académique ».

Tableau 9: Prétexte d'utilisation du site selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Prétexte d'utilisation du site	*Personnel*	35%	54%	**45%**
	Académique	35%	26%	**31%**
	Professionnel	30%	20%	**25%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

Nous observons que la plupart des utilisateurs ont trouvé ce site par recherche spécifique (mots clés), à 36% et 41% respectivement, dans une différence forte entre hommes et femmes (tableau 10)

Tableau 10: Découverte du site selon le sexe

		Genre		
		Féminin	*Masculin*	**MOYENNE**
Découverte du site	*Hasard*	25%	29%	**27%**
	Bouche à oreille	23%	12%	**18%**
	Mots clés	36%	41%	**39%**
	Liens sur un autre site	16%	18%	**17%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**

6.2.2 Le groupe d'âge[2]

Les deux catégories sociales qui ressortent le plus du tableau 11 sont « Étudiant » et « Travailleur ». Nous observons que 70% des utilisateurs de 31 à 55 ans sont sur le marché du travail et que 64% des 19 à 30 ans sont encore étudiants. Fait marquant, 17% des répondants de la tranche d'âge 31 à 55 ans sont encore étudiants. Nous considérons que les utilisateurs de 31 à 55 ans qui sont étudiants, sont probablement en stage ou sont au travail et suivent des cours du soir.

Tableau 11: Situation socioprofessionnelle selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Situation socioprofessionnelle	*Étudiant*	100%	64%	17%	1%	**46%**
	Travailleur	0%	24%	70%	31%	**31%**
	Chercheur	0%	6%	9%	13%	**7%**
	Chômeur	0%	7%	3%	4%	**4%**
	Retraité	0%	0%	2%	51%	**13%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**101%**	**100%**	**101%**

[2] *Pour les analyses qui suivent (tableaux 23 à 31), nous ne tiendrons pas compte du groupe d'âge de 8 à 13 ans, puisque le nombre de répondants (n = 4) n'est pas significatif et pourrait fausser les données. Donc, nous avons décidé de faire une catégorie « ados » regroupant les 8 à 13 ans et les 14 à 18 ans.*

La majorité n'utilise pas le mode d'emploi, mais son usage augmente avec l'âge.

Tableau 12: Utilisation du mode d'emploi selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Utilisation du mode d'emploi	*Oui*	8%	11%	23%	35%	**19%**
	Non	92%	89%	77%	65%	**81%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nous remarquons que dans la tranche d'âge de 8 à 18 ans, les répondants (tableau 13) sont plus portés à visiter le site hebdomadairement (36%) et annuellement (36%). Par ailleurs, nous pouvons constater la même tendance pour les groupes d'âge de 19 à 30 ans. Puis, il est clair que la catégorie « mensuellement » est la plus marquée de la part des répondants. En somme, plus les utilisateurs sont âgé, moins ils naviguent annuellement et plus mensuellement. Les jeunes se démarquent par leur fréquentation hebdomadaire.

Tableau 13: Fréquence de visite selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Fréquence de visite	*Quotidiennement*	13%	9%	10%	7%	**10%**
	Hebdomadairement	36%	26%	28%	27%	**29%**
	Mensuellement	15%	39%	49%	49%	**38%**
	Annuellement	36%	26%	14%	17%	**23%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**101%**	**100%**	**100%**

Nous remarquons (tableau 14), que la majorité des répondants a tendance à utiliser soit le mode de navigation par thèmes ou encore en essayant un peu tous les modes. En effet, une forte majorité des utilisateurs privilégie les thèmes ou essaie tous les modes de navigation. Il y aurait donc deux modes principaux de découverte du site.

Tableau 14: Mode de navigation favori au début de la fréquentation selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Navigation au début de la fréquentation du site	*Thèmes et sous-thèmes*	46%	39%	32%	25%	**36%**
	Niveaux d'explication	8%	14%	18%	13%	**13%**
	Niveaux d'organisation	8%	6%	4%	4%	**6%**
	Capsules ou liens vers d'autres sites	5%	0%	3%	9%	**4%**
	Visites guidées	10%	0%	2%	1%	**3%**
	Tous les modes de navigation	23%	42%	42%	47%	**39%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**101%**	**99%**	**100%**

Nous voyons tout de suite (tableau 15), que la plupart des 8 à 18 ans aiment naviguer par l'entremise des thèmes et des sous-thèmes (56%). De plus, on observe que peu de répondants aiment utiliser le mode de navigation par les capsules ou par les visites guidées, mis à part 11% des 19 à 30 ans qui favorisent les visites guidées. Nous remarquons aussi que le groupe d'âge de 56 ans et plus tend à naviguer avec un peu tous les modes disponibles (33%). Nous constatons que les thèmes et les sous-thèmes sont très populaires chez les 8 à 18 ans. Cela est probablement relié au fait que ce sont les étudiants qui travaillent sur une recherche spécifique pour un travail scolaire. Enfin, plus les utilisateurs sont âgés, moins ils naviguent par thèmes.

Tableau 15: Mode de navigation favori une fois familiarisé avec le site selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Navigation une fois familiarisé avec le site	*Thèmes et sous-thèmes*	56%	38%	36%	21%	**38%**
	Niveaux d'explication	13%	25%	22%	21%	**20%**
	Niveaux d'organisation	13%	16%	12%	13%	**14%**
	Capsules ou liens vers d'autres sites	5%	0%	4%	5%	**4%**
	Visites guidées	3%	1%	1%	5%	**3%**
	Tous les modes de navigation	10%	20%	26%	33%	**22%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**101%**	**98%**	**100%**

Si on compare le tableau 14 au tableau 15, les utilisateurs font un usage plus marqué des niveaux d'explication et d'organisation une fois familiarisé avec le site. Puis, ils le mode de navigation préféré devient les thèmes et sous-thèmes une fois à l'aise avec le site.

Le tableau 16 nous démontre que les 8 à 18 ans se considèrent proportionnellement aux autres groupes d'âge, davantage de niveau intermédiaire (44%) ou débutant (36%). Les plus jeunes sont proportionnellement moins nombreux à se dire de niveau avancé. Par contre, les 19 – 30 ans et les 56 et plus sont proportionnellement plus nombreux à se déclarer plus avancés.

Tableau 16: Niveau de vulgarisation selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Niveau de vulgarisation	*Débutant*	36%	14%	17%	12%	**20%**
	Intermédiaire	44%	32%	38%	33%	**37%**
	Avancé	21%	55%	45%	55%	**44%**
	TOTAL	**101%**	**101%**	**100%**	**100%**	**101%**

Nous remarquons au tableau 17 que les plus jeunes se démarquent de l'ensemble : ils utilisent plus le moteur de recherche et moins les thèmes. Tandis que pour les 30 ans et plus, ils se distinguent par une navigation par thèmes. Encore une fois, les 12 thèmes sont appréciés par les utilisateurs pour obtenir une information précise. Nous considérons que les répondants utilisent les 12 thèmes de la page d'accueil pour son côté facile d'accès et/ou parce qu'ils recherchent un thème spécifique.

Tableau 17: Procédure pour obtenir une information précise selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Procédure pour obtenir une information précise	*Moteur de recherche du site*	38%	30%	24%	17%	**27%**
	Plan du site	18%	14%	19%	17%	**17%**
	12 thèmes de la page d'acceuil	18%	36%	45%	47%	**37%**
	Hasard	18%	14%	4%	15%	**13%**
	Ne recherche rien en particulier	8%	7%	7%	4%	**7%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**99%**	**100%**	**100%**

Nous remarquons au tableau 18, que pour les 8 à 18 ans, le prétexte principal de la visite est relatif à des raisons académiques (62%). Puis, pour les autres tranches d'âge, la tendance s'atténue pour cette raison, avec l'avancement en âge des utilisateurs, ce qui est tout à fait prévisible. Le groupe de 31 à 55 ans sont ceux qui utilisent le plus ce site pour des raisons professionnelles (39%). Cependant à mesure que les groupes avancent en âge, les raisons sont de plus en plus personnelles, et c'est normal puisque les besoins académiques sont davantage reliés aux autres catégories d'âge.

Tableau 18: Prétexte d'utilisation du site selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Prétexte d'utilisation du site	*Personnel*	33%	39%	39%	60%	**43%**
	Académique	62%	44%	23%	17%	**37%**
	Professionnel	5%	17%	39%	23%	**21%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**101%**	**100%**	**100%**

Nous observons au tableau 19 que pour tous les groupes d'âge, sauf celui de 19 à 30 ans, la façon la plus fréquente de trouver le site se fait par recherche de mots clés (40%, 41% et 47% respectivement), tandis que pour les 19 à 30 ans, c'est le bouche à oreille qui prédomine (35%). Par ailleurs, nous constatons que pour les 56 ans et plus, très peu de ces répondants ont trouvé ce site par le bouche à oreille (5%). Nous considérons que le groupe de 19 à 30 ans, en même temps étudiants et sur le marché du travail, ont plus d'occasion de faire du bouche à oreille que les répondants des autres groupes d'âge.

Tableau 19: Découverte du site selon le groupe d'âge

		Groupe d'âge				
		8 à 18 ans	*19 à 30 ans*	*31à 55 ans*	*56 ans et plus*	**MOYENNE**
Découverte du site	*Hasard*	33%	29%	24%	25%	**28%**
	Bouche à oreille	15%	35%	16%	5%	**18%**
	Mots clés	41%	26%	41%	47%	**39%**
	Liens sur un autre site	10%	10%	20%	23%	**16%**
	TOTAL	**99%**	**100%**	**101%**	**100%**	**100%**

6.2.3 La situation socioprofessionnelle

Nous voyons dans le tableau 20 que les répondants n'utilisent presque pas le mode d'emploi, et ce peu importe leur occupation principale, surtout en ce qui concerne les étudiants qui ne se servent du mode d'emploi qu'à 12%. D'ailleurs, les étudiants sont la seule catégorie qui se démarque de l'ensemble. Ce constat rejoint d'ailleurs une

analyse précédente où les répondants des deux sexes ont répondu non en majorité à cette question.

Tableau 20: Utilisation du mode d'emploi selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Utilisation du mode d'emploi	*Oui*	12%	26%	21%	23%	27%	**22%**
	Non	88%	74%	79%	77%	73%	**78%**
	TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nous constatons au tableau 21, que la plupart des répondants viennent sur le site mensuellement, principalement les chercheurs et les travailleurs (51% et 54% respectivement). Nous observons également que la majorité de chômeur, ne fréquente le site qu'annuellement (46%). Puis, nous réalisons qu'aucun chômeur, n'a répondu quotidiennement pour leur fréquence de visite. Finalement, nous dénotons qu'une bonne proportion des étudiants et des retraités viennent sur le site hebdomadairement (34% et 34% respectivement).

Tableau 21: Fréquence de visite selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Fréquence de visite	*Quotidienne*	13%	7%	11%	0%	7%	**8%**
	Hebdomadair	34%	24%	18%	15%	34%	**25%**
	Mensuelle	30%	51%	54%	39%	44%	**44%**
	Annuelle	22%	18%	18%	46%	15%	**24%**
	TOTAL	**99%**	**100%**	**101%**	**100%**	**100%**	**100%**

Nous remarquons que la plupart des répondants (tableau 22) aiment utiliser « tous les modes de navigation » ainsi que les « thèmes et sous-thèmes ». D'ailleurs, 54% des utilisateurs chômeur se retrouvent dans cette catégorie. Ensuite, nous voyons qu'une quantité importante de chercheurs (21%) favorisent l'exploration des sujets à différents niveaux d'explication. En somme, deux principales méthodes de navigation

sont favorisées par les utilisateurs, soit « les thèmes et sous-thèmes » et « tous les modes de navigation » (35% et 40%). Puis, les chercheurs et les chômeurs se démarquent en visitant proportionnellement moins par thèmes (22% et 25%).

Tableau 22: Mode de navigation favori au début de la fréquentation selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Navigation au début de la fréquentation du site	*Thèmes et sous-thèmes*	40%	32%	25%	54%	22%	**35%**
	Niveaux d'explication	16%	14%	21%	8%	10%	**14%**
	Niveaux d'organisation	7%	4%	4%	0%	2%	**3%**
	Capsules ou liens vers d'autres sites	3%	1%	4%	8%	12%	**6%**
	Visites guidées	3%	1%	4%	0%	2%	**2%**
	Tous les modes de navigation	30%	47%	43%	31%	51%	**40%**
	TOTAL	**99%**	**99%**	**101%**	**101%**	**99%**	**100%**

Ce sont les sections « divers modes de navigation » ainsi que « les thèmes et sous-thèmes » qui sont les plus populaires auprès des navigateurs (tableau 23). Cependant, les sections de l'exploration des sujets à différents niveaux d'explication et celle à différents niveaux d'organisation sont plus utilisées une fois que les répondants se sont familiarisés au site. À noter également, qu'aucun chercheur n'a eu recours aux capsules une fois à l'aise dans le site. Nous constatons que même à l'aise les gens continuent à privilégier les thèmes et sous-thèmes et un peu tous les modes de navigation. Mais, ils naviguent plus sur les niveaux d'explication et d'organisation qu'au début de leur fréquantation. Enfin, les différentes catégories sociales se distinguent uniquement sur la navigation par thème.

Tableau 23: Mode de navigation favori une fois familiarisé avec le site selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Navigation une fois familiarisé avec le site	*Thèmes et sous-thèmes*	43%	40%	18%	23%	15%	**28%**
	Niveaux d'explication	23%	22%	21%	15%	17%	**20%**
	Niveaux d'organisation	15%	10%	25%	23%	12%	**17%**
	Capsules ou liens vers d'autres sites	3%	3%	0%	8%	5%	**4%**
	Visites guidées	0%	1%	4%	0%	10%	**3%**
	Tous les modes de navigation	16%	25%	32%	31%	42%	**29%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**100%**	**100%**	**101%**	**100%**

Nous constatons au tableau 24 que, 75% des chercheurs se considèrent de niveau avancé. La majorité des autres catégories se classe également à ce niveau. Nous considèrons que les répondants qui utilisent la section avancée ne sont pas nécessairement rendus à ce niveau, mais l'utilisent pour la qualité de ses informations ou à titre de curiosité. Cependant les chômeurs, pour leur part préfèrent davantage le niveau débutant (39%) et de manière égale les deux autres niveaux de vulgarisation (31%).

Tableau 24: Niveau de vulgarisation selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Niveau de vulgarisation	*Débutant*	21%	13%	4%	39%	24%	**20%**
	Intermédiaire	34%	43%	21%	31%	29%	**32%**
	Avancé	46%	44%	75%	31%	46%	**48%**
	TOTAL	**101%**	**100%**	**100%**	**101%**	**99%**	**100%**

La majorité de toutes les catégories opte plutôt pour les 12 thèmes de la page d'accueil (en moyenne à 41%) (Tableau 25). Par ailleurs, on observe qu'il y a des utilisateurs qui font de «l'exploration gratuite», à l'exception des chercheurs.

Finalement, on remarque qu'une bonne proportion de chercheurs et d'étudiants recherche des informations par l'entremise du plan du site. C'est probablement dus au fait que les chercheurs et les étudiants sont plus méthodiques et structurés lors de leurs recherches et ont tendance à utiliser le plan du site afin de cibler tout de suite l'information voulue.

Tableau 25: Procédure pour obtenir une information précise selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Procédure pour obtenir une information précise	*Moteur de recherche du site*	29%	28%	21%	8%	20%	**21%**
	Plan du site	23%	12%	29%	15%	12%	**18%**
	12 thèmes de la page d'acceuil	30%	47%	39%	46%	44%	**41%**
	Hasard	13%	6%	11%	15%	15%	**12%**
	Ne rechercheh rien en particulier	5%	8%	0%	15%	10%	**8%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**100%**	**99%**	**101%**	**100%**

La majeure partie des répondants (tableau 26) utilise le site à des fins personnelles (en moyenne 56% des utilisateurs), sauf les étudiants, dont 59% d'entre eux viennent pour des raisons académiques. La proportion des chercheurs qui utilisent ce site pour des raisons académiques (32%) le font probablement à titre de professeurs, pour alimenter leur discours ou leurs notes de cours envers leurs étudiants. Les étudiants qui sont ici pour raisons professionnelles sont probablement soit en stage de fin d'études ou en perfectionnement pour leur travail.

Tableau 26: Prétexte d'utilisation du site selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Prétexte d'utilisation du site	*Personnel*	30%	41%	29%	100%	81%	**56%**
	Académique	59%	16%	32%	0%	12%	**24%**
	Professionnel	12%	43%	39%	0%	7%	**20%**
	TOTAL	**101%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

La majorité des répondants ont connu le site par recherche spécifique (mots clés), soit 40% des utilisateurs en moyenne, dont 50% des chercheurs (tableau 27). Nous remarquons que les étudiants sont ceux qui ont le plus pris connaissance du site grâce au bouche à oreille (27%), tandis que c'est la situation contraire pour les retraités (5%). De plus, nous observons que les retraités et les gens sans emploi ni aux études (chômeur), ont davantage accédé au site par des liens externes que les gens d'autres catégories.

Tableau 27: Découverte du site selon la situation socioprofessionnelle

		Situation socioprofessionnelle					
		Étudiant	*Travailleur*	*Chercheur*	*Chômeur*	*Retraité*	**MOYENNE**
Découverte du site	*Hasard*	30%	23%	25%	15%	34%	**25%**
	Bouche à oreille	27%	16%	14%	15%	5%	**15%**
	Mots clés	33%	42%	50%	39%	34%	**40%**
	Liens sur un autre site	11%	20%	11%	31%	27%	**20%**
	TOTAL	**101%**	**101%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

6.2.4 Le degré de compétence[3]

Nous remarquons (tableau 28), qu'une très grande partie des répondants de niveau intermédiaire et avancé utilise la section avec les 12 thèmes de la page d'accueil (41% et 49% respectivement).

[3] Nous avons seulement croisé deux variables avec le niveau de vulgarisation du site, puisque c'était seulement ces deux croisements qui ressortaient davantage.

Par ailleurs, les utilisateurs de niveau débutant naviguent plus de manière aléatoire ou ne cherchent rien en particulier par rapport aux deux autres catégories. Les débutants se distinguent parce qu'ils sont proportionnellement plus nombreux à naviguer au hasard ou ne cherchent rien de particulier. Les intermédiaires ne se distinguent pas. Puis, les utilisateurs qui se jugent de compétences avancés sont plus nombreux à naviguer par thème.

Tableau 28: Procédure pour obtenir une information précise selon le niveau de vulgarisation

		Niveau de vulgarisation			
		Débutant	*Intermédiaire*	*Avancé*	**MOYENNE**
Procédure pour obtenir une information précise	*Moteur de recherche du site*	25%	28%	25%	**26%**
	Plan du site	18%	17%	17%	**17%**
	12 thèmes de la page d'acceuil	17%	41%	49%	**36%**
	Hasard	25%	8%	7%	**13%**
	Ne recherche rien en particulier	15%	7%	3%	**8%**
	TOTAL	**100%**	**101%**	**101%**	**101%**

La majorité des répondants (tableau 29) utilise ce site à des fins personnelles et se considère plus au niveau débutant (63%). Les utilisateurs de niveau « avancé » se retrouvent davantage dans la catégorie « académique » ou « professionnelles » (37% et 29% respectivement), alors que c'est le contraire en ce qui concerne les raisons personnelles. Les débutants se distinguent donc par un usage personnel plus prononcé (63%) et un usage académique qui l'est moins (13%). Les personnes avancées se distingueraient par le modèle inverse.

Tableau 29: Prétexte d'utilisation du site selon le niveau de vulgarisation

		Niveau de vulgarisation			
		Débutant	*Intermédiaire*	*Avancé*	**MOYENNE**
Prétexte d'utilisation du site	*Personnel*	63%	44%	34%	**47%**
	Académique	13%	33%	37%	**28%**
	Professionnel	23%	23%	29%	**25%**
	TOTAL	**99%**	**100%**	**100%**	**100%**

6.3 L'analyse qualitative

Pour l'aspect qualitatif, nous avons procédé à une analyse des commentaires des utilisateurs, relevés dans le questionnaire Nous présenterons dans un premier temps les réponses que nous avons compilées et ensuite regroupées en dix grandes catégories par ordre décroissant en commençant par la plus importante. Nous devons prendre en considération qu'un même utilisateur peut avoir formulé plusieurs commentaires qui se retrouvent dans plusieurs catégories. C'est pourquoi nous arrivons à un nombre substantiel de réponses pour le total des dix catégories comparativement au nombre total de répondants. Chacune des catégories est suivie de commentaires. Par la suite nous dresserons les « informations et commentaires d'ordre général » qui ont été formulés par les différents répondants. Enfin, nous élaborerons la liste des commentaires quant à la formulation des suggestions de « nouveaux thèmes à développer » sur le site. Nous sommes conscients que les personnes insatisfaites n'ont peut-être pas pris la peine de répondre.

Regroupement des commentaires en dix grandes catégories

1. Les encouragements

Félicitations, bravo, continuez, merci (n = 75)

Cette catégorie a trait à des commentaires généraux d'encouragement et de bonne continuité à l'égard du site. Rien de spécifique en termes d'évaluation ne ressort ici. Comme on peut le constater les utilisateurs qui ont pris la peine d'écrire ces brefs commentaires considèrent que le site mérite des éloges et ils encouragent les promoteurs. Nous pouvons considérer que les gens sont très satisfaits et que leurs commentaires se retrouveront dans des catégories d'évaluation plus spécifiques.

2. *Appréciation générale du site*

Très bon site, très bien fait et la définition mots soulignés, extraordinaire, génial, bien illustré, parfait, excellent, efficace, remarquable, magnifique, fabuleux, très professionnel, site essentiel, beaucoup d'info, merveilleux, très clair, beau dans sa présentation, son fond, sa forme, tout est conforme à ce que je veux savoir (n = 51)

Cette deuxième catégorie qui constitue plus que des mots d'encouragement touche un peu plus l'appréciation générale du site, sans toutefois entrer dans les détails. Nous considérons ici qu'il est difficile de cibler l'aspect particulier auquel les répondants réfèrent. Nous avons donc classé ces énoncés de façon à obtenir une catégorie appréciation générale du site sans détail déterminant, mais plutôt d'ordre général.

3. Soutien particulier du site

Aide aux recherches, aide académique, aide pédagogique, bon support (n = 36).

Cette section qui arrive en 3e catégorie, par sa fréquence, répond à la raison pour laquelle les utilisateurs fréquentent en général le site. Nous sommes à même de constater que les répondants qui ont formulé ces commentaires utilisent le site en question pour un soutien particulier soit l'aide à la recherche, l'aide académique, l'aide pédagogique, un bon support. Nous considérons que les utilisateurs qui ont pris la peine de répondre ont en général besoin de ce soutien qu'il soit académique ou autre et tenaient à le faire savoir plus que les gens qui s'en servent à des fins personnelles. En effet, pour ces derniers, cet aspect n'est pas ressorti comme tel.

4. Construction du site

Site intéressant, bien construit, facile d'utilisation, aime animation flash, enrichissant, très utile, bien documenté, bien structuré, complet sur certains sujets,

explications claires et précises, super site très sympathique, niveaux d'organisation et d'explication remarquable, choix niveaux difficultés excellent, mélange théorie, exemple concret, bonne conception approche débutant intermédiaire, extraordinaire, adéquat pour les niveaux, très convivial, disposition appréciée, riche, agréable à utiliser, facile de compréhension, bien (n = 26)

Cette catégorie se situe en 4e place avec 26 répondants. Elle porte sur la construction du site comme tel par ces énoncés plus spécifiques. Nous considérons par conséquent qu'elle nécessitait une catégorie à part puisqu'elle cible un peu plus la construction du site que l'appréciation générale du site. Nous constatons que les utilisateurs sont satisfaits et utilisent les mots adéquats pour l'exprimer. Nous considérons par cette catégorie que le concept du site est bien accepté par les répondants.

5. *Fréquence de visite du site*

Première visite, première consultation, viens de découvrir (n = 10)

Cette cinquième catégorie vise la fréquence de visite. Les utilisateurs qui ont donné ces commentaires ont essentiellement voulu formuler le fait que le questionnaire, pour certaines questions, n'était pas adapté aux utilisateurs qui visitaient le site pour la première fois. Les commentaires sont plus reliés à cet état de fait qu'à l'évaluation du site. Nous prenons bonne note de cet aspect inhérent dans la construction de notre questionnaire. Par ailleurs, les utilisateurs pouvaient tout de même répondre à quelques questions sans problème, même à leur première visite.

6. *Appréciation sur les modes de navigation*

Modes de navigation faciles, transversales, intéressants, aisés, bien pensé car consultations de plusieurs façons, très bien réalisé, formidable par son originalité, conception navigation (n = 9)

Cette catégorie répond plus spécifiquement aux modes de navigation. Nous en avons fait une catégorie à part afin de bien cibler les commentaires sur cet aspect particulier.

Nous observons que ces utilisateurs qui en plus d'être à l'aise avec la navigation du site, en apprécient sa conception et son originalité.

7. *Accessibilité au thème sur la conscience*

Attend thème sur conscience (n = 8)

Pour la sixième catégorie, les répondants ont manifesté leur hâte, du moins leur attente, pour le thème annoncé prochainement sur la conscience. Nous considérons que les gens qui ont énoncé ce commentaire sont probablement les plus familiers et les plus assidus, qu'ils ont fait en grande partie le tour des thèmes présentés sur le site et sont prêts à en connaître un nouveau.

8. *Appréciation générale*

Très satisfait, très apprécié, très intéressé (n = 7)

Cette catégorie fait plutôt référence aux sentiments personnels des utilisateurs à l'égard du site et non à une appréciation générale du site. Nous l'avons plutôt perçue comme une expression de leur état d'âme.

9. *Commentaires sur l'aspect vulgarisation du site*

Adapté à un large public, vulgarisé et accessible (n = 6)

Nous attribuons à cette neuvième catégorie les commentaires qui sont en lien avec la dimension « vulgarisation» du site. Six répondants ont transmis leurs commentaires sur cet aspect et mentionné l'accessibilité à un large public.

10. Appréciation sur le contenu du site

Bonne introduction aux sciences cognitives, référence pour ceux qui s'intéressent au cerveau, travail de synthèse remarquable sur le cerveau, accroît connaissances (n = 5)

Enfin, cette dernière catégorie appartient aux répondants qui donnent leurs impressions sur le but premier du site, le contenu comme tel et non le contenant. Les utilisateurs ont spécifié leur appréciation à l'égard du thème général (le cerveau), développé sur le site.

Finalement, l'aspect qualitatif de ce questionnaire aura permis de rendre compte que les gens sont très satisfaits à différents niveaux. Étant donné qu'un même répondant peut se retrouver dans plusieurs catégories, il y a de fortes chances que la même personne soit satisfaite de plusieurs aspects du site. Nous pouvons affirmer que le site est bien accepté dans sa forme, dans sa conception et dans son but premier soit de rendre accessible les termes scientifiques en ce qui a trait au domaine du cerveau. De plus, les utilisateurs visent en très grand nombre sa continuité et son développement.

Informations et commentaires d'ordre général

Les remarques suivantes ne nécessitent pas de regroupement comme tel puisqu'il s'agit plus d'information individuelle d'ordre général. Elles peuvent par contre être d'une grande utilité et riches en contenu. C'est pourquoi nous les avons faites ressortir ici. Le nombre de répondants pour chacun des énoncés suivants est égal à 1 (n = 1) sauf indication contraire.

- Expliquer quelques mots qui sont un peu difficiles;
- Étaler davantage ou différencier niveau de difficulté. Considère niveau débutant un peu trop haut parfois; niveau avancé pourrait être plus élevé, plus

complet pour public plus large. Développement plus profond pour maladies mentales ou psychiatriques;

- J'encourage fortement à le développer;

- C'est bien que le site ait été indexé sur www. sicpnl.org;

- Pense que l'accès à ce type d'information est plus facile lorsque l'on peut partir d'une question que l'on se pose, plutôt que d'un thème ou d'un sujet. Cela complique la tâche du fournisseur de données mais cela encourage un certain partenariat du lecteur/explorateur et évite une posture de consommation ;

- Difficile de se représenter les différentes parties du cerveau dans une conception 3D et de visualiser leur imbrication. Est-il possible de trouver une telle représentation sur internet ou bien peut-être auriez-vous les références d'un « puzzle-3D » que l'on pourrait trouver dans le commerce;

- Arboration des données confuses et informations redondantes. Par exemple, la structure du cortex du cervelet devrait être regroupée dans la même section que le cervelet. On a du mal parfois à trouver l'explication adéquate;

- Trouve difficile d'imprimer l'ensemble d'un thème et sous-thème si on veut tous les niveaux d'organisation;
  Ajouter si possible quelques titres d'articles de référence;

- Difficultés à retrouver le moteur de recherche du site. Site tellement vaste que j'y introduis des mots clés (n = 2);

- Pour les autres liens au niveau des capsules, pourquoi il n'y a pas de traduction en français;

- Très bon site que l'on retrouve dans les bibliographies. Il faudrait des mises à jour récentes;

- A connu ce site sur une émission de indicatif présent à Radio-Canada/radio;

- Il serait intéressant éventuellement de créer un niveau « enfant ». Ça permettrait aux tous-petits de développer très tôt un intérêt pour la neurologie mais aussi pour le fonctionnement de leur propre corps. J'utilise le site avec Vladimir mais c'est tout de même parfois complexe pour un enfant. Un niveau « extra-vulgarisé » serait apprécié;

- Je suis imbibé de l'œuvre d'Henry Laborit, qui a posé des jallons d'un éclairement gigantesque et tjrs dans l'ombre… si ce n'est votre magnifique travail, mais insuffisamment connu;

- N'a pas réussi à trouver les liens avec : les traitements de l'alcoolisme, d'autres lectures des mécanismes de dépendance (dérivés morphiniques);

- Aimerait bouton d'impression permettant d'imprimer le texte en format A4 sans perdre les marges du document;

- Anecdotes du style « le cerveau étalé a la taille d'une grande pizza » sont des choses que je recherche pour interpeller sur un mode humoristique (et donc toucher la mémoire émotive);

- Suite à une chirurgie au cerveau pour traiter épilepsie (lobectomie temporale droite), ce site apporte un complément d'informations;

- Site découvert dans un article de « La Presse » il y a quelques mois… Si jamais je peux aider d'une façon ou d'une autre faites-le moi savoir !;

- Il faudrait que les dessins et schémas soient plus précis;

- Système des capsules n'est pas pratique pour chercher des informations. Il faut passer sur toutes les capsules pour voir les liens et ensuite se souvenir de celles qui sont déjà visitées. Des liens visibles seraient beaucoup plus simples;

- Intérêt à tout ce qui touche aux structures évolutives du cerveau, tant au niveau physique que psychique et surtout au niveau des ouvertures de conscience et des possibilités créatives du cerveau… futurs potentiels basés sur la physique quantique (que je connais peu mais qui me paraît une clé pour l'évolution du cerveau);

- Bravo pour l'adhésion au système copyleft;

- Site très intéressant sujet : la notion de « moi » est-elle purement fictive soit parce que tous les matins le disque dur du cerveau redémarre et donne une impression de continuité soit parce que nos atomes ne cessent de changer ne sommes-nous qu'une structure plaquée sur de la matière ne cessant d'être remplacée au niveau des atomes et de leurs constituants ?;

- Plus d'image serait pas de refus;

- Lexique serait le bienvenu. On peut facilement se « perdre/ dans la navigation mais son aspect novateur et interactif est très séduisant;

Nouveaux thèmes à développer

Les énoncés suivants réfèrent aux thèmes que les utilisateurs aimeraient voir aborder sur le site. Encore une fois (n = 1) sauf indication contraire. Or, on constatera qu'aucun des commentaires quant aux nouveaux thèmes à développer est demandé plus d'une fois.

- Effet de l'hémisphère gauche et droit qui réagit différemment;
- Pensez-vous créer un nouveau (philosophie de l'esprit) au-dessus de (qui englobe) tout ces sujets qui permettraient l'émergence d'un nouveau paradigme dominant ?;
- Faire part d'étude sur l'influence et donc la modification de l'activité cérébrale chez les personnes qui méditent;
- Partie théorique concernant la physique, et notre relation physique au monde, à l'univers;
- Faisceau de l'inhibition de l'action décrit par Laborit;
- Thèmes sur les maladies neurodégénératives;
- L'échelle du nanomètre et à la frontière de la cellule vivante avec la matière inerte, comment les nanotechnologies peuvent-elles nous aider à mieux connaître le cerveau, à le soigner ou à le réparer durablement si nécessaire au XXIième siècle;
- Aimerait informations sur la façon dont le cerveau perçoit les couleurs;
- La transexualité approfondie de manière scientifique;
- Élargir à autre domaine que seulement le cerveau;
- Les stades freudiens;

- Étude relative à la plasticité neuronale, (si elle n'existe pas déjà, ce que je vais vérifier immédiatement);

- Thèmes sur le cerveau émotionnel seuls les centres amygdaliens et l'hippocampe sont traités, le rôle frontal et du préfrontal, les « mémoires tampon » et les mécanismes de cognition, une approche plus poussée des mécanismes de la mémoire;

- Creuser l'audition, dans le thème des détecteurs sensoriels, ça pourrait être intéressant;

- L'étude du cerveau médical a beaucoup progressé et cela en particulier grâce aux chercheurs de Montréal. A quand ce thème ?;

Analyse critique du volet qualitatif

L'analyse qualitative de l'ensemble des réponses que nous avons obtenues nous dresse un portrait de remarques très positives. Certaines sont rattachées à l'excellent support que procure le site, d'autres sont en lien avec la constitution du site, la présentation générale du portail et le corpus représentatif très complet. Nous constatons qu'à travers ces données les gens ont pu s'approprier le site de façon à y explorer les différentes avenues puisqu'ils commentent sur les modes de navigation. Sur cet aspect nous avons atteint notre objectif à savoir la façon dont les gens s'approprient le site grâce aux différents modes de navigation dont il est constitué. Un commentaire mérite également d'être soulevé quant à l'adhésion au système copyleft qui est très apprécié.

Ces observations positives se reflètent également sur le fait qu'un nombre élevé de réponses se retrouvent dans la catégorie de mots d'encouragement envers le promoteur du site approuvant ainsi la continuité du travail produit. Ceci vient corroborer notre réflexion quant à la satisfaction générale des utilisateurs.

Par ailleurs des remarques ont été soulevées quant à certaines améliorations, ajouts, modifications à apporter au site. N'apportant rien de négatif, ces remarques ont pour but de saisir certains besoins des utilisateurs. Nous y trouvons notamment des observations quant aux ajouts à savoir : utilité de la présence d'un bouton d'impression, titres, articles de référence, lexique. Les modifications quant à elles, sont en lien avec les traductions en français pour les autres liens au niveau des capsules, et l'explication de quelques mots difficiles serait à envisager.

Nous avons également noté qu'une amélioration quant à l'utilisation du bouton « mode d'emploi » serait possiblement remarquée si celui-ci portait un autre nom notamment : « aide à la recherche ».

Dans l'ensemble, c'est un site très apprécié et convivial qui mérite que l'on s'attarde à certains aspects afin de le rendre encore plus accessible. Certaines des remarques notées plus haut sont plus explicites dans la liste détaillée des informations et commentaires d'ordre général.

7. Discussion

Comme mentionné précédemment, il nous apparaît important de réitérer le fait que cette étude comportait des limites et des contraintes. La limite est en lien ave le code IP, qui réfère à l'identification personnelle du répondant, sur laquelle nous n'avions aucun contrôle. À cet effet, nous avons été prudents dans notre analyse.

Cependant nous sommes également conscients que cette limite, relative à l'adresse IP, aurait eu d'autres conséquences si, par exemple, nous avions demandé aux utilisateurs de s'identifier (nom, adresse, courriel) ou si nous avions fait un autre type de sondage (par courrier ou par téléphone). Cela aurait peut-être entraîné des refus de répondre ou des résultats aussi biaisés. À cet effet, trop de contrôle n'est pas mieux.

Quant à l'aspect contrainte, celle-ci s'applique à la notion « temps » en lien avec l'échéancier serré à respecter. Nous considérons que nous avons eu une période adéquate pour mener à bien l'objectif de la présente étude, malgré l'échéancier. Cependant il serait probablement intéressant de reprendre ce genre de sondage et d'en vérifier les résultats à plus long terme. Une comparaison pourrait alors être intéressante.

En ce qui a trait à la cueillette des données, nous avons réajusté notre tir suite au fait que le taux de répondants ne grimpait pas rapidement et que l'échéancier était restreint. L'envoi massif à plus d'un millier d'abonnés a été notre premier réflexe.

Ensuite, ce sondage nous a appris à prendre en considération l'importance de la formulation des questions. Il est important de bien choisir la manière d'énoncer les questions, puisqu'elles filtrent la parole des répondants. Par exemple, pour une personne qui visite le site pour la première fois, certaines questions ne laissaient pas une assez grande marge de manœuvre pour faire refléter leur situation particulière.

De plus, nous avons soulevé que la formulation « mode d'emploi » est peut-être moins attirante pour l'utilisateur. Peut-être cette section serait-elle mieux perçue si elle était nommée par exemple « *aide à la recherche* ».

Notamment, dans notre échantillon une plus forte proportion de femmes que d'hommes visite le site et la tranche d'âge la plus populaire des utilisateurs se situe de 31 à 55 ans. De plus, la majorité sont des travailleurs. Quant aux modes de navigation, il est intéressant de constater que les gens qui naviguent sur le site à leur début essaient un peu tous les modes de navigation en majeure partie et les thèmes et sous-thèmes.

Toujours en ce qui concerne les données quantitatives, il est ressorti trois catégories bien distinctes selon le prétexte d'utilisation du site (personnelle, académique et professionnelle). Dans l'aspect qualitatif du sondage, les utilisateurs qui se servent du

site à des fins personnelles ne se sont pas manifestés comme tels. Ils ne l'ont pas mentionné clairement dans les commentaires. Ce sont plutôt les utilisateurs qui ont eu recours au site à des fins académiques ou professionnelles qui tenaient à l'exprimer.

Bien que les répondants démontrent une grande satisfaction, certains commentaires d'utilisateurs ont fait état de quelques difficultés à l'égard de leur utilisation du site. Il en est ainsi, entre autres au niveau de l'impression, de la difficulté à trouver le moteur de recherche, à trouver une explication adéquate ou encore ils réclament l'ajout d'un lexique. Ces quelques commentaires peu nombreux ont d'ailleurs été cités dans la partie qualitative et ne changent en rien la satisfaction générale des répondants à l'égard du site. Nous considéons que chaque énoncé mérite que l'on s'y penche afin de voir s'il y a lieu d'apporter des modifications. Toutefois, le site présente un corpus homogène et complet.

8. Conclusion

C'est dans le cadre d'un stage universitaire en Atelier de recherche au sein du programme Science Technologie et Société que nous avons eu le mandat d'évaluer l'opinion des utilisateurs d'un site internet. Le client, monsieur Bruno Dubuc, nous a proposé de sonder la pratique des utilisateurs concernant leur façon de naviguer sur son site, « *Le cerveau à tous les niveaux* ». Pour y arriver, nous avons utilisé la méthode de sondage par questionnaire en ligne. Ce dernier comportait 12 questions visant les modes de navigation des utilisateurs. Les données recueillies nous ont permis de faire deux types d'analyses; une quantitative et une qualitative. Depuis son ouverture en 2002, aucune étude de ce genre n'a été pratiquée. Ainsi, ces analyses permettront entre autres à monsieur Dubuc de mieux connaître l'appréciation des utilisateurs et du même coup de cibler les améliorations à intégrer au site. Pour ce faire, nous avons eu recours au service du site Survey Monkey. Les frais de ce service ont été aquittés par le mandataire. Toutefois

Cette étude nous aura permis de faire ressortir certains faits. Quant aux modes de navigation comme tel, qui est notre objectif premier, les utilisateurs démontrent un degré d'aisance et de satisfaction élevés; le concept du site est très apprécié. Il est intéressant de souligner le fait qu'au début de la fréquentation du site et même une fois familiarisé, les utilisateurs préfèrent utiliser deux modes de navigation en particulier (les thèmes et sous-thèmes, puis un peu tous les modes de navigation). Par ailleurs, une fois à l'aise avec le site, ils se risquent davantage en explorant les autres modes de navigation. De plus, nous avons pu prendre connaissance du profil de l'utilisateur quant aux données démographiques, en lien avec plusieurs indicateurs. Le portrait de l'utilisateur a été trouvé grâce à trois variables, soit le genre, l'âge et la situation socioprofessionnelle. L'analyse bivariée a servi à dresser un profil complet des utilisateurs en termes d'âge, de sexe, d'occupation reliée à leur degré de satisfaction, d'aisance et de besoins. Cela nous a permis de cerner le mode de

navigation des différents sous groupes de répondants. Ainsi, dans le cadre de notre étude, nous sommes en mesure d'affirmer que la clientèle du site « *Le cerveau à tous les niveaux* » se situe dans la tranche d'âge de 31 à 55 ans; en majorité travailleur et étudiant; qui utilise rarement le mode d'emploi; fréquente le site mensuellement en utilisant davantage le niveau avancé et intermédiaire. Pour obtenir une information précise, la majorité des utilisateurs procède avec une valeur sûre, les 12 thèmes de la page d'accueil. Puis les raions personnelles priment sur les deux autres prétextes d'utilisation du site. Enfin, la découverte du site s'est faite par usage de mots clés. Aussi, il est intéressant de remarquer que ce scénario se répète de la même manière dans n'importe laquelle des trois variables (genre, âge et situation socioprofessionnelle).

Donc, nous considérons qu'en plus de notre objectif relié aux modes de navigation, beaucoup d'éléments utiles sont ressortis dans ce rapport, que ce soit en commentaires ou autres. D'ailleurs, il est intéressant de remarquer que l'étude qualitative vient valider l'étude quantitative, en général. Dans les deux analyses, nous arrivons à des résultats satisfaisants à l'égard du site.

L'étude qui s'est échelonnée sur un mois aura permis au prometteur du site de découvrir les différentes avenues dont les utilisateurs se servent afin de naviguer sur le site ainsi que les commentaires d'ordre général. De plus, la démarche aura offert aux utilisateurs le privilège de s'exprimer sur un site qui à notre avis est un avantage des plus précieux.

Enfin, nous considérons qu'avec les données que nous avons recueillies, le site est très bien perçu par la majorité et a sa place dans le domaine des sciences et des technologies. Il répond à un besoin fondamental, notamment en matière de soutien académique et ainsi permet de valoriser le champ des sciences et des technologies et redonner à celui-ci ses lettres de noblesse.

BIBLIOGRAPHIE

Bibeau, Robert, *Grille d'évaluation d'un site web*, [En ligne : http://ntic.org/guider/textes/div/bibgrille,.html], 1999, consulté 15-01-2007

Chemla, Laurent « Une histoire d'internet, Texte amendé et publié dans « les télécommunications entre bien public et marchandises », aux éditions Charles Léopold Mayer, 2005»[En ligne :http : www.chemla,org/ textes/hinternet.htm]

Commission « Française et Informatique » L'évaluation d'un site, [En ligne : http://users,skynet.be/ameurant/francinfo/validite/evaluer.html], consulté 15-01- 2007

Galan, Jean-Philippe et W. Sabadie, Evaluation du site Web : une approche par l'expérience de service, 2001

Gestion Génique, Sondage en ligne, sondage internet, [En ligne : http://www.gestiongenique.com/sondage-en-ligne.html], consulté le 23-01-2007

Gourvennec, Yann, *Les enquêtes Marketing sur le web (4ème partie) Exemples pratique 2000*, [En ligne : http://www.sam-mag.com/archives/enquetes4.thm], consulté le 01-12-2006

Guevremont, Roger, de la firme *Sondage en ligne, sondage internet*, [En ligne : http://www.gestiongenique.com/sondage-en-ligne.html], information demandée par courriel le 23.01.2007

Haigh Susan et Janette Megarity, *Évaluation de l'utilisation d'un site Web* : Analyse d'un fichier journal, Bibliothèque et Archives Canada, 1998, [En ligne : http://www.collectionscanada.ca/9/1/p1-256-f.html], consulté 19-01-2007

Infomètre, *La mesure de l'utilisation des technologies de l'information au Québec*, Léger Marketing [En ligne : http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/omnibus/default.asp], 2006, consulté le 23- 01-1007

Institut des sciences du document numérique, programmes de recherche, Approche no 3 : le web, un processus de publication à évaluer [En ligne : http://isdn.enssib.fr/institut/axe3.html], consulté le 30-04-2007

Malavoy, Sophie, *Guide pratique de la vulgarisation scientifique*, publication Acfas, édition Fides, 1999, 37p.

Mayer, Robert et Francine Ouellet, *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*, Gaëtan Morin éditeur, 1991, 537 p.

Masseglia, Florent, Doru Tanassa et Brigitte Trousse, *Diviser pour découvrir : une méthode d'analyse du comportement de tous les utilisateurs d'un site web*, Projet Axls, 2004, (version pdf , 20 p.) 2003

Millerand, Florence et Odile Martial, Guide pratique de conception et d'évaluation ergonomique de sites Web, 2001

Santerre, Lise « *La culture scientifique et technique au Québec* : bilan », Conseil de la science et de la technologie, gouvernement du Québec, 2002, 215p.

SurveyMonkey.com, *Welcome to a revolutionary tool*, [En ligne : http ://www.surveymonkey.com¸], 2006, consulté 15-01-2007

Urchin Web Analytics, v5.7.03 [En ligne : http : //reports.mcgill.ca/session.cgi2005 Urchif software corporation].

Webmaster-Gratuit, *Comment réaliser un sondage d'opinion d'un site Web 2005*, [En ligne :http://www.webmaster-gratuit.com/articles/sondage-opinion.htm], consulté 01-12-2006

Webmastering, *Ergonomie des sites web*, [En ligne : http://www.commentcamarche.net/web/ergonomie.php3, 2007

ANNEXE I

DEVIS

Évaluation d'un site internet

Client : Bruno Dubuc
Rédacteur scientifique
Responsable du site internet “Le cerveau à tous les niveaux”
Adresse internet : http://lecerveau.mcgill.ca/flash/index_d.html

Consultants : Karine Bourgeois, Xavier Bezzoli, Lyse Hammarrenger

---

Contexte

Le site internet “Le cerveau à tous les niveaux” se veut un site de vulgarisation scientifique qui nous introduit dans l'univers du cerveau et des comportements humains. Douze grands thèmes y sont abordés, eux-mêmes subdivisés en différents sous-thèmes. Sa structure dynamique est présentée sous deux angles, soit le plan “explication” ou le plan “organisation”. Cette méthode permet à l'utilisateur de s'approprier à sa façon l'information qui lui est disponible. Sur le plan “explication”, la vulgarisation d'un sujet cible trois modes d’approche différents: débutant, intermédiaire et avancé. Quant au

plan “organisation”, celui-ci est en lien avec les différents aspects suivants soit: moléculaire, cellulaire, cérébral, psychologique et social. Ce site existe depuis déjà 5 ans et a pour but premier de permettre à quiconque en a le désir, de se familiariser avec la science. De plus, il offre une grande flexibilité aux visiteurs tout en étant une source de savoir à grande portée, par son riche contenu. Ce site est hébergé par l’Université McGill et financé par l’Institut des Neurosciences de la Santé Mentale et des Toxicomanies (INSMT).

Depuis la création du site, aucune analyse n'a été effectuée auprès des utilisateurs. Monsieur Dubuc a donc exprimé le besoin de concrétiser une analyse sur les méthodes de navigation afin de répondre à la question suivante: “Comment les usagers s'approprient-ils le site et ses informations?” Cette question clé se veut l’objectif général de notre analyse. De cette question viendront se greffer des idées secondaires afin de faire ressortir un schéma conceptualisé.

Présentation de l'intervention

Dans un premier temps, le survol d’une revue de littérature nous permettra de sonder les différents aspects de la question et ainsi prendre connaissance des différentes analyses déjà réalisées dans le domaine. Cette étape constituera également le noyau de notre démarche sur le plan structurel dans la recherche d’un outil/guide d’évaluation. Ensuite, afin de répondre à l’objectif principal de notre analyse, nous prévoyons utiliser la méthodologie de sondage par questionnaire que nous jugeons ici la plus pertinente pour atteindre nos résultats. Ce sondage permettra de vérifier dans un premier temps des questions d’ordre général en tenant compte de certaines variables. Parmi celles-ci, se trouve notamment le sexe du répondant, son

groupe d’âge, son occupation et autres divers critères d’évaluation qui permettront d’établir des liens entre les différents types d’utilisateurs et ainsi dans un deuxième temps atteindre notre objectif général. Par cette méthodologie, la détermination des résultats permettra ainsi à Monsieur Dubuc d'établir un portrait des différents modes d'évaluation des usagers et ainsi apporter s'il y a lieu, des modifications et/ou améliorations de son site. L’outil que nous considérons le plus approprié à cette démarche, serait un logiciel d'analyse en ligne, nous permettant de formuler les questions clés de l'étude en jeu.

La description des rôles attendus

Les trois membres de l'équipe chargés du mandat s'entendent pour répartir les tâches quant à la démarche méthodologique qui sera utilisée pour la réalisation de ce projet. L'assignation des différentes tâches consiste à cibler les besoins, prendre connaissance de la revue de littérature existante, monter un questionnaire, faire une cueillette de données ainsi qu'une analyse et présenter un rapport final.

L'identification des moyens nécessaires à la réalisation

De part et d’autre, cette analyse nécessite une collaboration. Ainsi, dans le but de répondre à l’expression d’une demande particulière des créateurs du site, la mise sur pied d’un sondage par l’entremise d’un questionnaire sera élaborée. Une rencontre avec le mandataire nous permettra de revoir et de discuter de ses attentes. Par la suite, grâce à une collaboration étroite, il nous donnera l’accès libre par l'implantation d'un outil d'évaluation sur son site qui nous permettra d'afficher un sondage en lien direct pour la réalisation de la présente étude.

Échéancier et rapports

Le présent mandat s'étalera sur une période d'environ 2 mois et demi.
La date d'échéance de la remise du rapport final est le 26 avril 2007.
Le calendrier des rapports préliminaires faisant état des principales activités a été établi de la façon suivante :

Fin Janvier : 1er rapport d'étape = validation du questionnaire.
Début Mars : 2e rapport d'étape = soumission d'un plan d'action (analyse).
Début Avril : 3e rapport d'étape s'il y a lieu = ajustement avant rapport final.

Confidentialité

En termes d'éthique professionnelle, nous jugeons nécessaire qu'une entente de confidentialité soit conclue avec le mandataire et les consultants de la présente étude quant au respect de la diffusion des données transmises dans le rapport final et tout au long du processus. Il appartient au mandataire de se servir de ses données comme bon lui semble.

Cependant, le rapport final de cette étude sera également remis à Monsieur Pierre Doray, professeur à l'UQAM et sera présenté oralement devant un petit groupe d'élèves dans le cadre du cours SHM 1550, « Atelier de recherche ».

Présenté à Bruno Dubuc
23 janvier 2007 -

ANNEXE II

Questionnaire du site « le cerveau à tous les niveaux »

1. **Sexe ?**
   θ Féminin
   θ Masculin

2. **À quel groupe d'âge appartenez-vous ?**
   θ 8 à 13
   θ 14 à 18
   θ 19 à 30
   θ 31 à 55
   θ 56 et plus

3. **Quelle est votre occupation principale ?**
   θ Étudiant
   θ Travailleur
   θ Chercheur
   θ Sans emploi, ni aux études
   θ Retraité

4. **Avez-vous eu recours à la section « mode d'emploi » lors de vos premières visites sur ce site ?**
   θ Oui
   θ Non

5. **Quelle est votre fréquence de visites sur ce site ?**
   θ Quotidiennement
   θ Hebdomadairement
   θ Mensuellement
   θ Annuellement

6. **Vous pouvez naviguer sur ce site de différente façons. Quelle est celle que vous avez eu tendance à utiliser au début de votre fréquentation du site :**
   θ En choisissant des thèmes et sous-thèmes
   θ En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
   θ En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
   θ En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
   θ En parcourant les visites guidées

θ En essayant un peu tout les modes de navigation

7. **Après vous être familiarisé avec le site, identifiez votre mode de navigation privilégié ?**
   θ En choisissant des thèmes et sous-thèmes
   θ En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
   θ En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
   θ En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
   θ En parcourant les visites guidées
   θ En essayant un peu tout les modes de navigation

8. **Jusqu'à quel niveau d'explication vous sentez-vous à l'aise ?**
   θ Débutant
   θ Intermédiaire
   θ Avancé

9. **Comment procédez-vous pour obtenir une information précise sur ce site ?**
   θ Avec le moteur de recherche du site
   θ Avec le plan du site
   θ Avec les 12 thèmes de la page d'accueil (par déduction)
   θ Au hasard
   θ Ne recherche rien en particulier

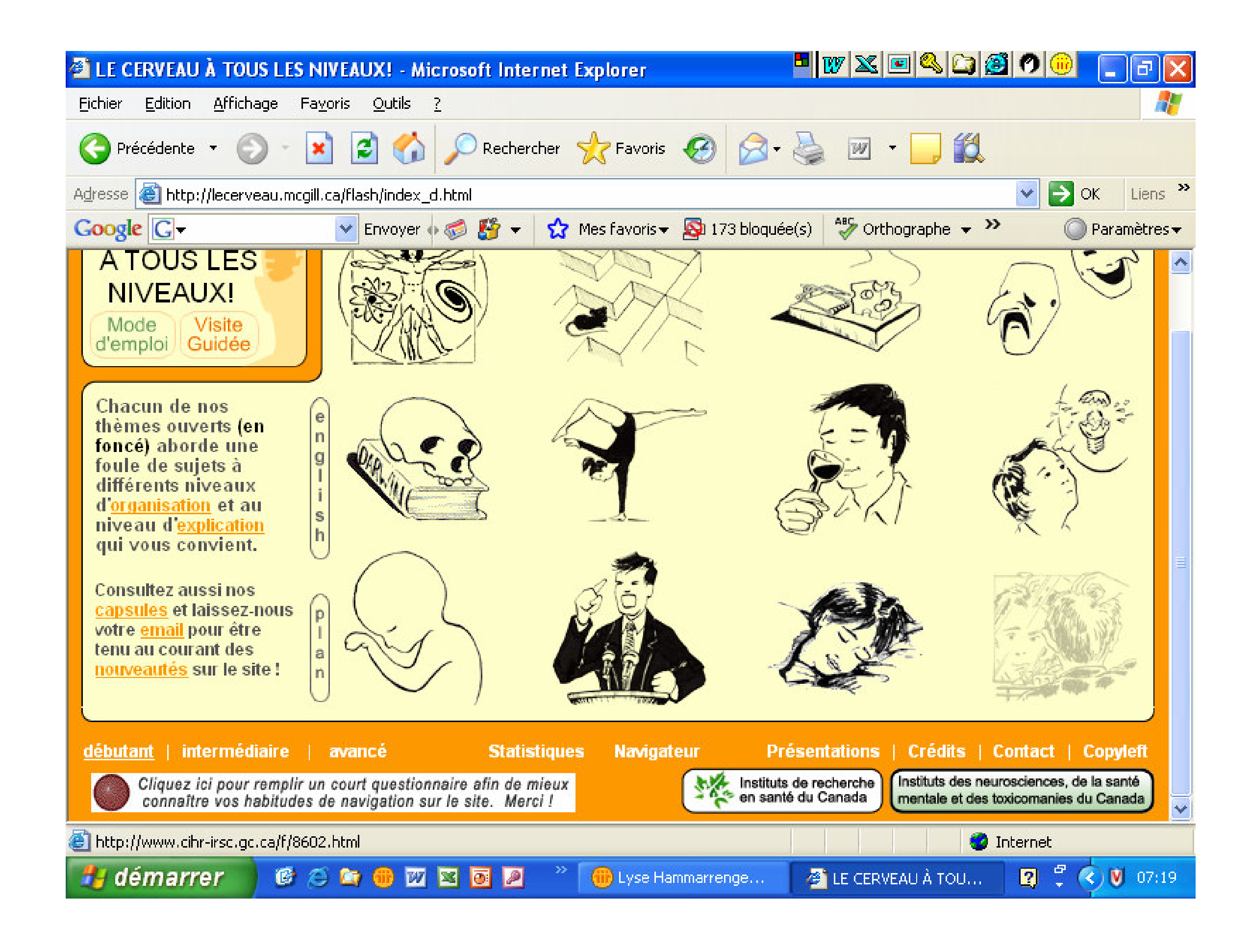
10. **À quelles fins utilisez-vous ce site principalement ?**
    θ Personnelles
    θ Académiques
    θ Professionnelles

11. **Comment avez-vous pris connaissance de ce site ?**
    θ Par hasard
    θ Bouche à oreille
    θ Recherche spécifique (mots clés)
    θ Liens sur un autre site

12. **Avez-vous des commentaires généraux à formuler sur le site et ses modes de navigation, ou encore des sujets à proposer ?**

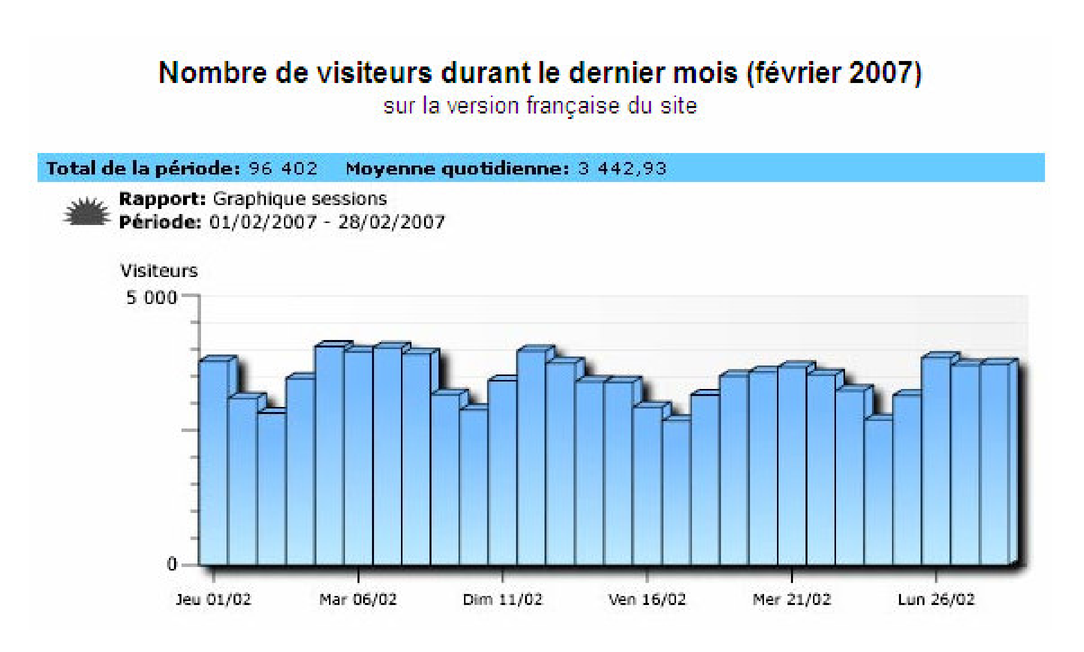
N.B. : à noter que les questions de 1 à 11 étaient précédées d'un astérisque ce qui obligeaient les répondants à donner une réponse.

Interface du site le cerveau à tous les niveaux avec le questionnaire en lien



ANNEXE IV

Statistiques relevées de la base de données de l'Université McGill



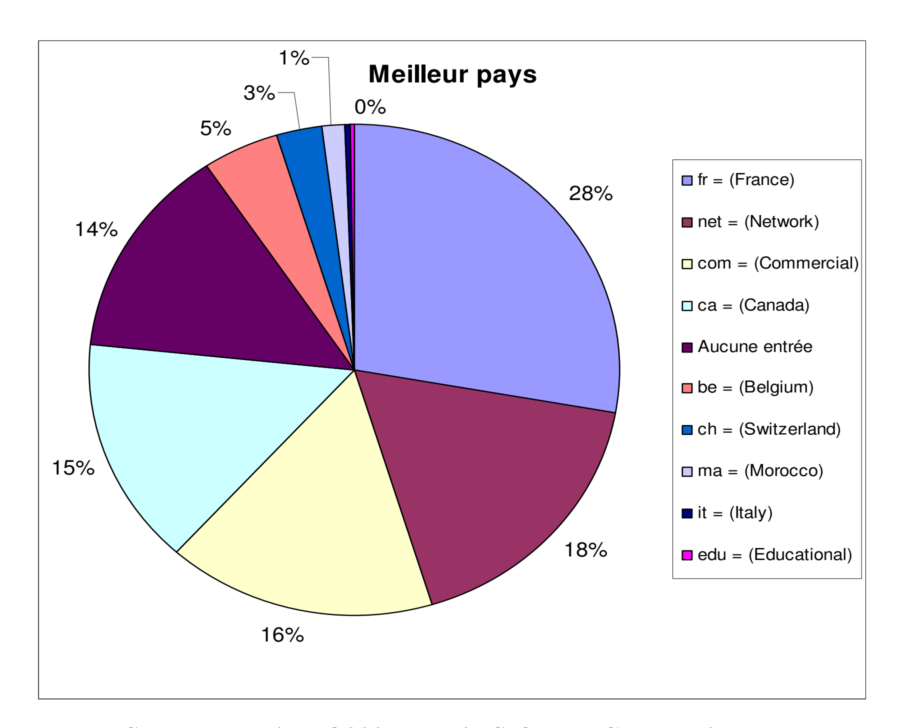
Source : http://lecerveau.mcgill.ca

Comme mentionné précédement, afin d'ajouter des informations complémentaires au rapport, nous avons cru bon de faire ressortir certaines données venant du site Urchin de l'Université McGill.

Dans un premier temps, il est essentiel de mentionner que le site à l'étude reçoit en moyenne 3000 utilisateurs par jour (statistiques McGill). Nous avons une représentation graphique à cet effet détaillant les visites du mois de février 2007 (voir graphique ci-haut). Les journées les plus achalandées sont essentiellement

en milieu de semaine où nous pouvons observer une évolution (« pic ») quant au nombre de visites.

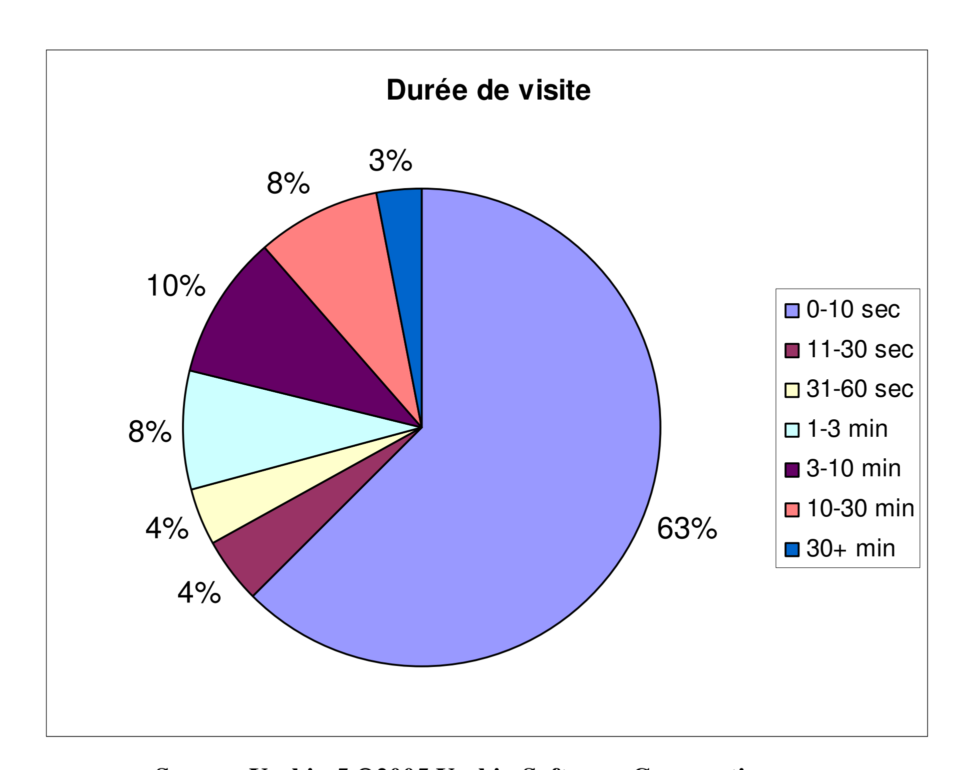
Une visualisation des tableaux qui suivent suite à des données consultées sur le site de l'Université McGill, nous a permis de cueillir certaines informations substantielles.



Source: Urchin 5 ©2005 Urchin Software Corporation

Ce tableau dresse une liste des domaines source d'où se connectent les utilisateurs du site, ce qui permet de cibler le pays de provenance de ces derniers. On retient ici les 10 domaines les plus utilisés sur un total de 78 domaines possibles. Ce tableau est basé selon la fréquence d'utilisation pour le mois de Février 2007.

Ce graphique démontre que la France (28%) est le pays qui visite le plus le site. Quant au Canada, 15% des visites lui sont attribuées, ce qui le positionne en 4ième place.

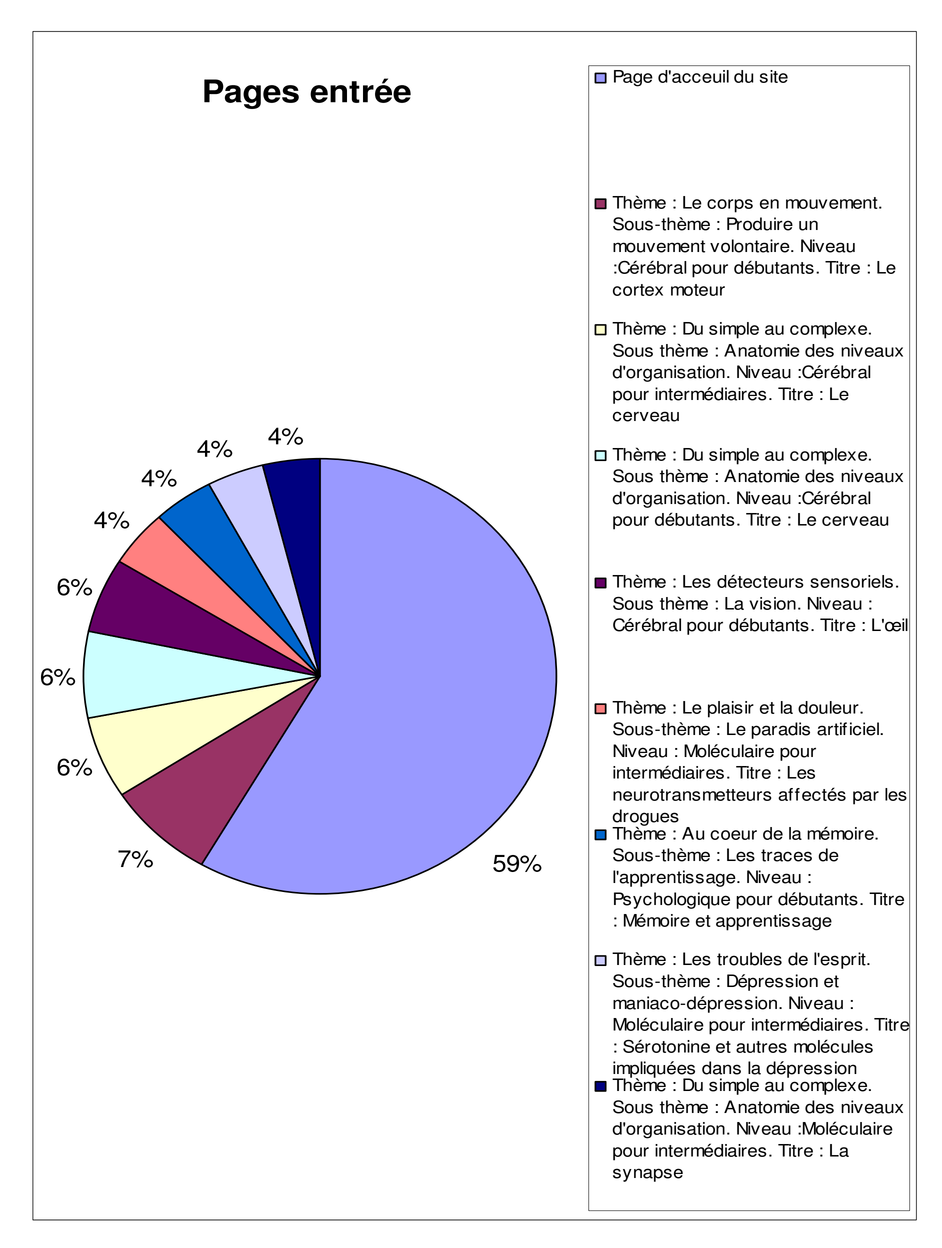


Source: Urchin 5 ©2005 Urchin Software Corporation

Ce tableau représente le nombre de visiteurs mensuels pour chaque tranche d'une durée de visite sur le site. Ce tableau est basé selon la fréquence d'utilisation pour le mois de Février 2007.

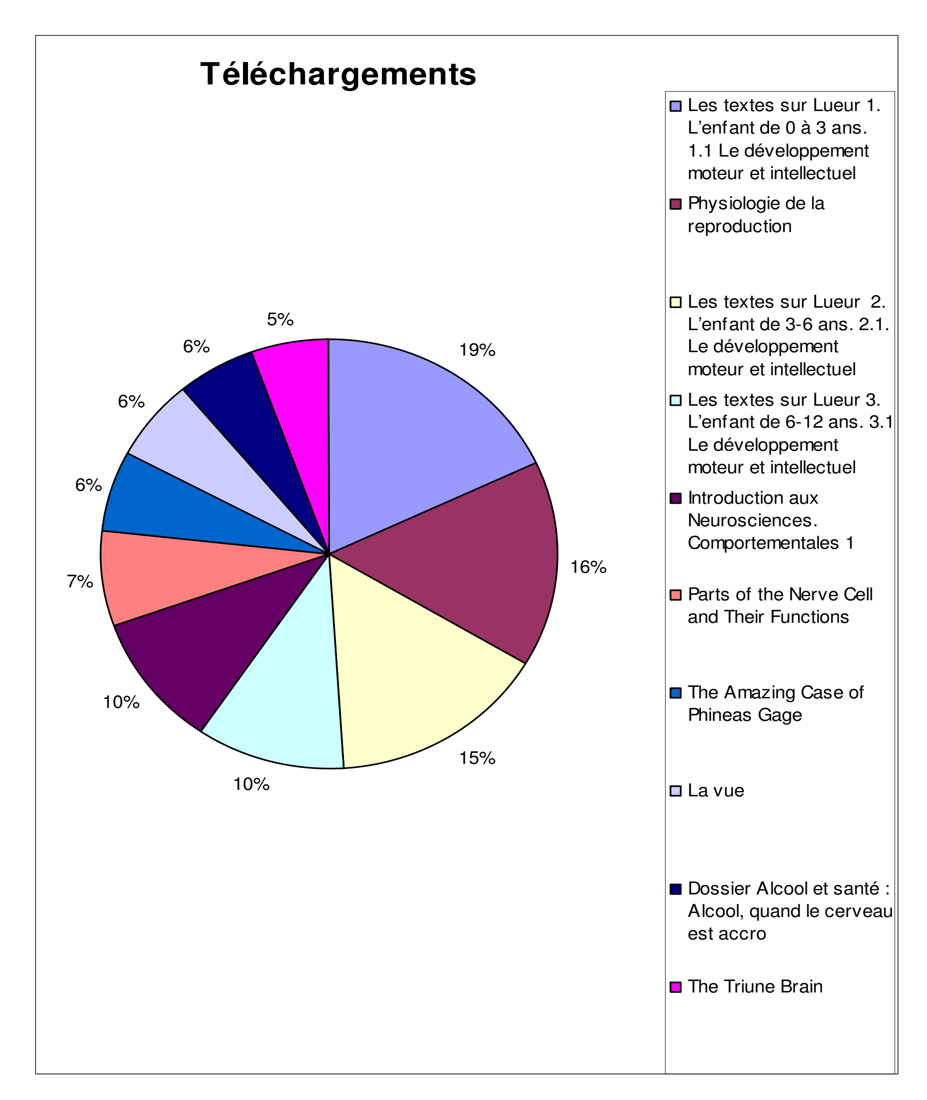
La durée de visite des utilisateurs du site démontre que 63% d'entre eux restent entre 0 et 10 secondes sur le site, alors que 3% restent 30 minutes et plus.

Méthodologie de calcul : Le calcul commence au début du premier téléchargement d'une page d'accès jusqu'au dernier. Les sessions d'un seul "accès pages" sont comptabilisées comme une durée de 0-10 secondes



Source: Urchin 5 ©2005 Urchin Software Corporation

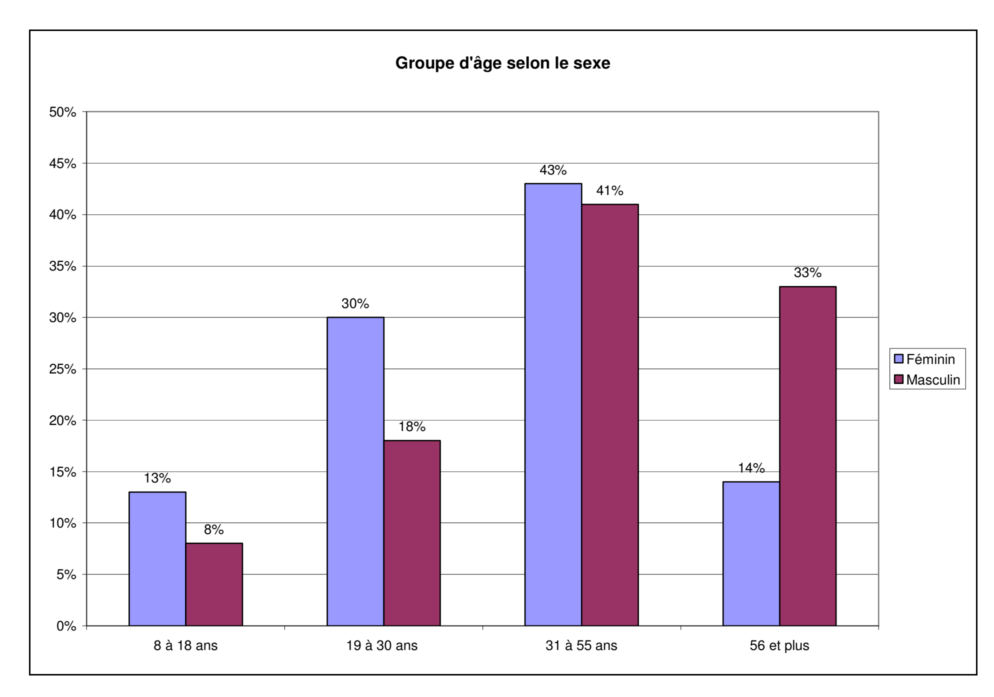
Ce tableau représente les pages d'entrée utililisées les plus fréquemment par les visiteurs afin d'arriver sur le site. On retient ici les 9 pages les plus populaires sur un total de 805 pages différentes demandées. On constate que la page d'accueil du site est la plus populaire à 59%. Ce tableau est basé selon la fréquence d'utilisation pour le mois de Février 2007.

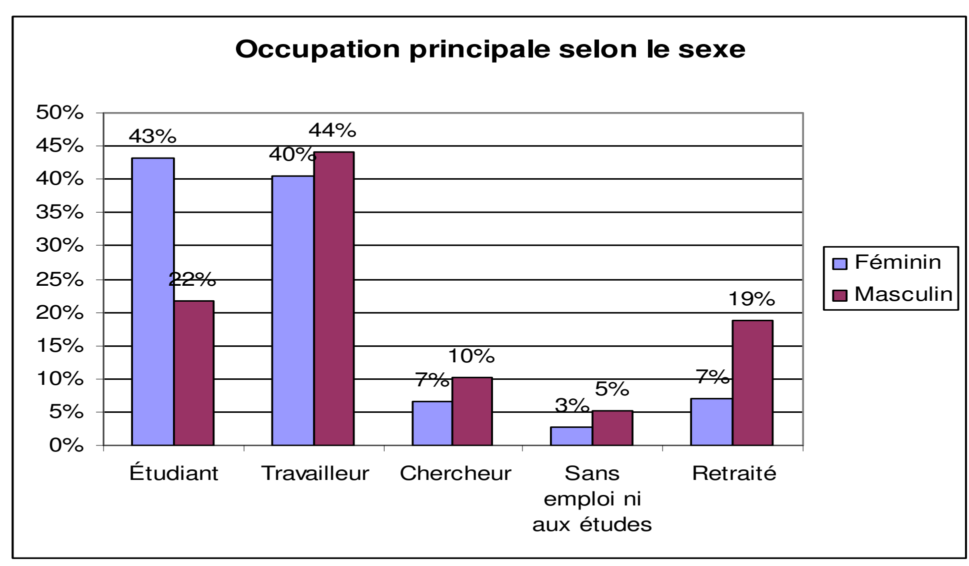


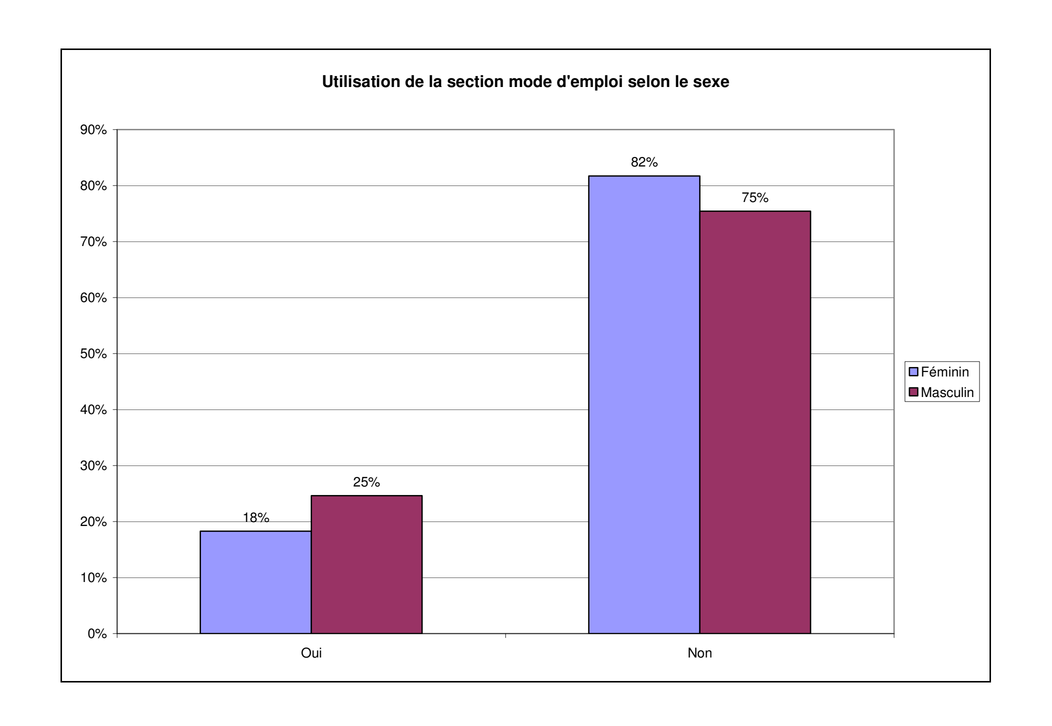
Source: Urchin 5 ©2005 Urchin Software Corporation

Ce tableau dresse un bilan des pages les plus populaires téléchargées par les utilisateurs du site. On retient ici les 10 téléchargements les plus souvent effectués sur un total de 279 téléchargements différents effectués dans le mois. On remarque que les téléchargements les plus effectués sont sur les thèmes « Les textes sur Lueur 1. l'enfant de 0 à 3 ans. 1.1 Le développement moteur et intellectuel », « Physiologie de la reproduction », « Les textes sur Lueur 2. L'enfant de 3-6 ans. 2.1. Le développement moteur et intellectuel ». Ce tableau est basé selon la fréquence d'utilisation pour le mois de Février 2007.

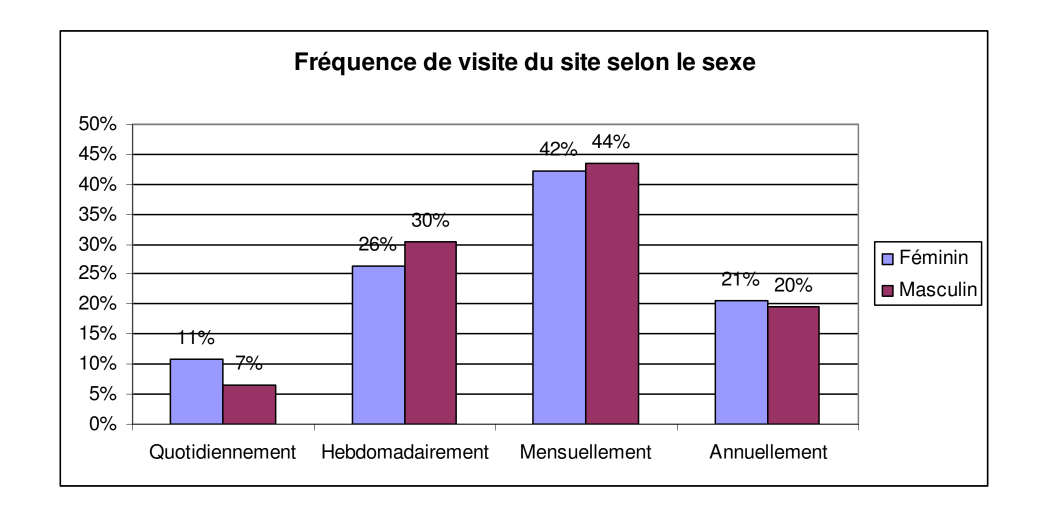
ANNEXE V


Groupe d'âge selon le sexe
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
13%
8%
30%
18%
43%
41%
14%
33%
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus
Féminin
Masculin

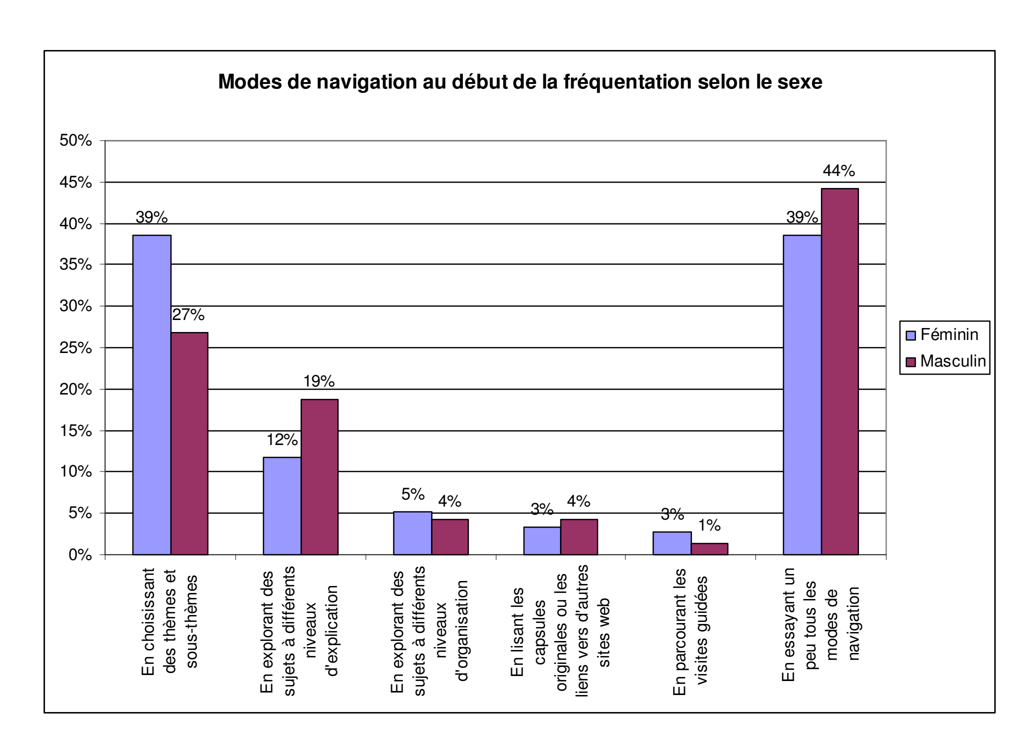

Occupation principale selon le sexe
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
43%
22%
40%
44%
7%
10%
3%
5%
7%
19%
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité
Féminin
Masculin

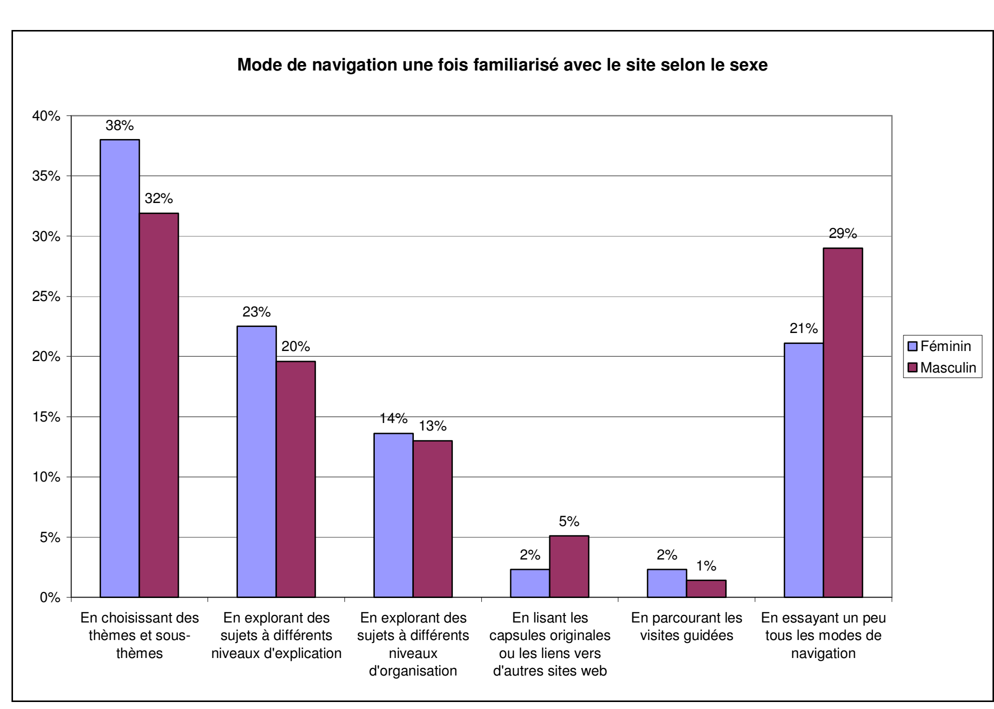


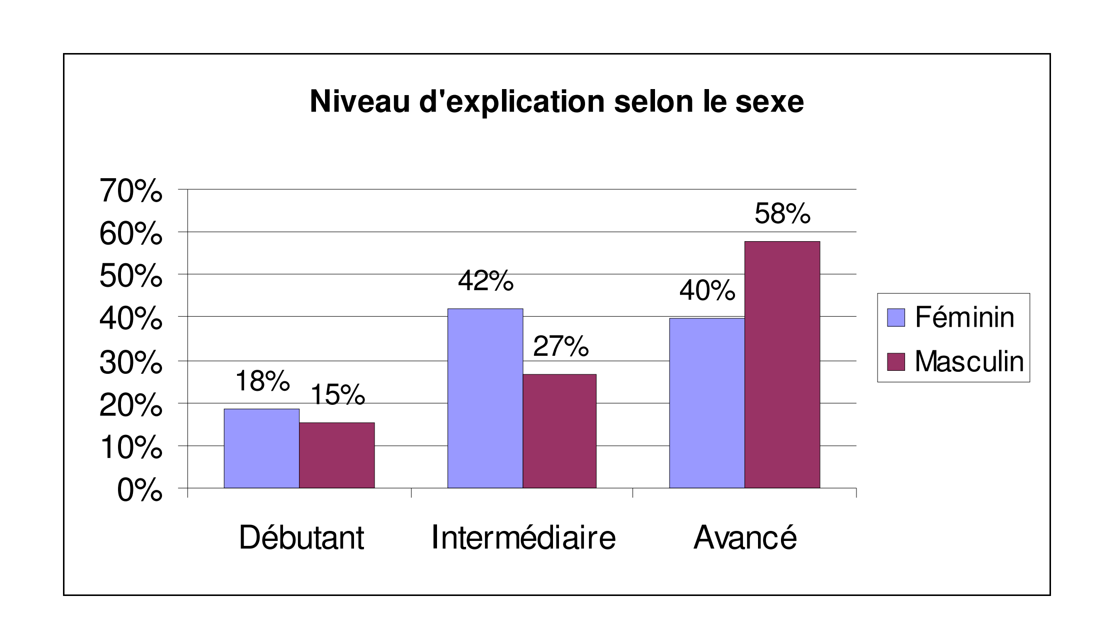
Utilisation de la section mode d'emploi selon le sexe
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
18%
25%
82%
75%
Oui
Non
Féminin
Masculin

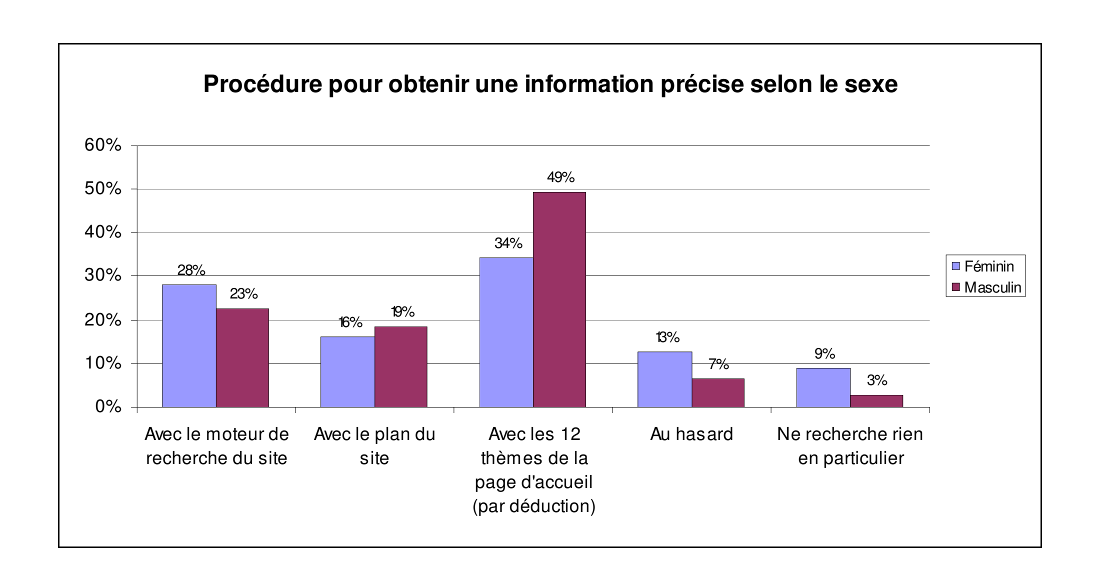


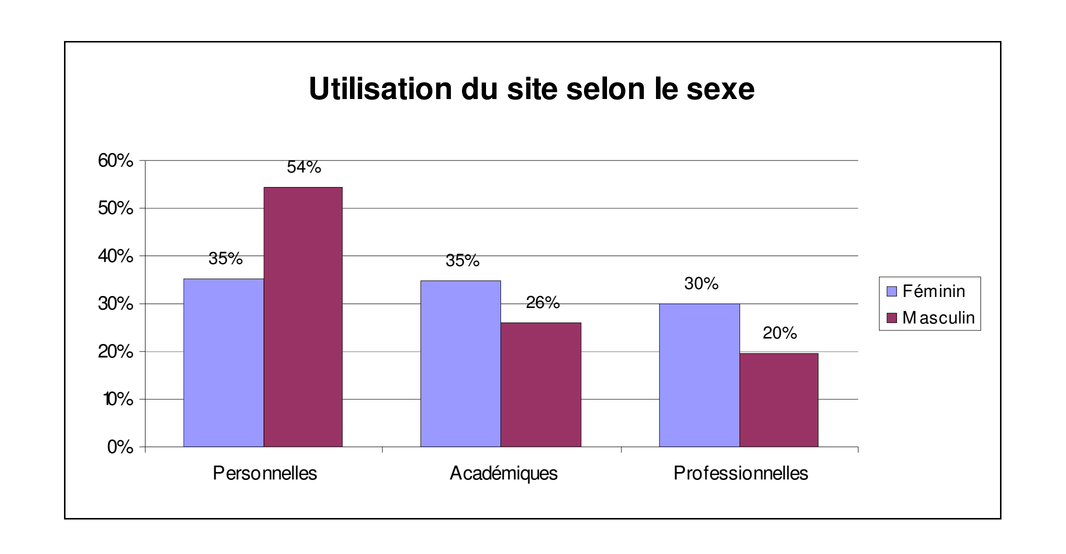
Fréquence de visite du site selon le sexe
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
11%
7%
26%
30%
42%
44%
21%
20%
Quotidiennement
Hebdomadairement
Mensuellement
Annuellement
Féminin
Masculin

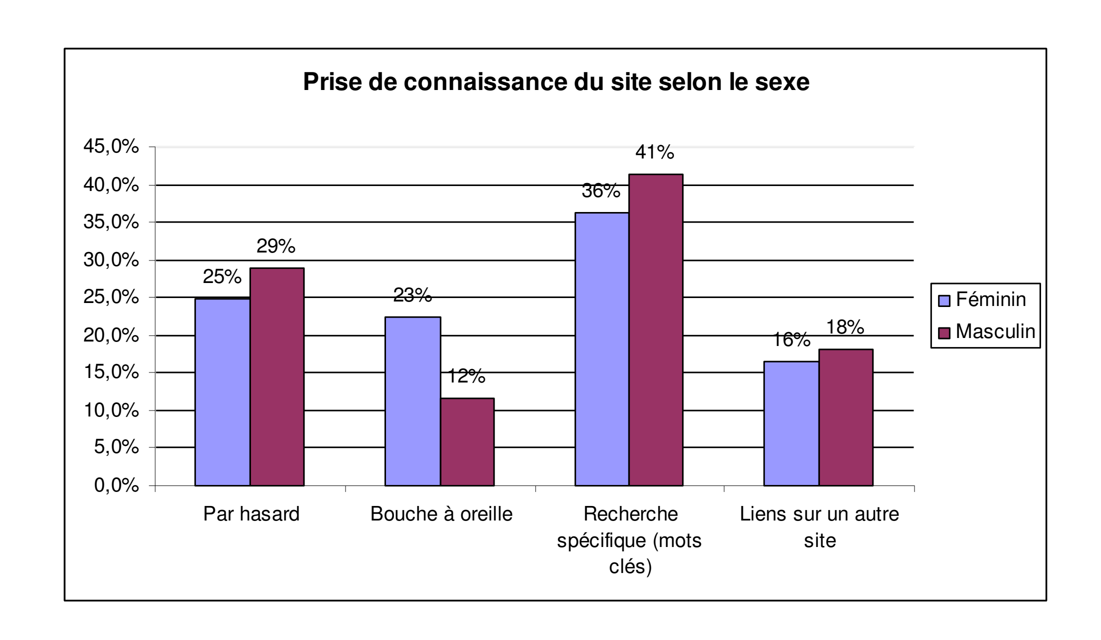

Modes de navigation au début de la fréquentation selon le sexe
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
39%
27%
12%
19%
5%
4%
3%
4%
3%
1%
39%
44%
Féminin
Masculin
En choisissant des thèmes et sous-thèmes
En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
En parcourant les visites guidées
En essayant un peu tous les modes de navigation

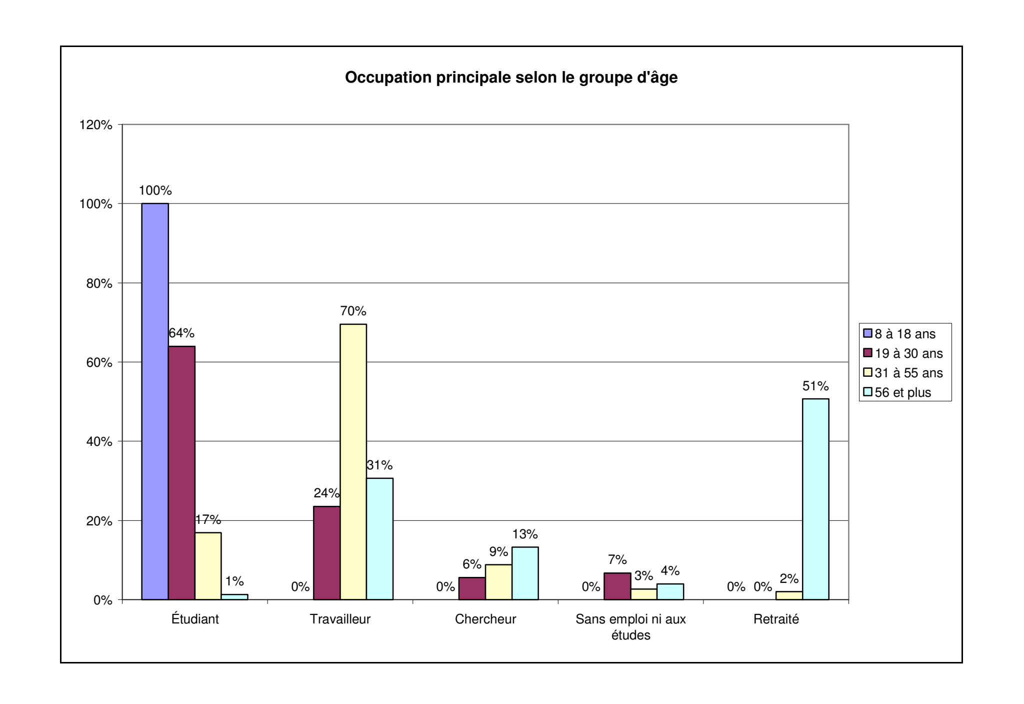

Mode de navigation une fois familiarisé avec le site selon le sexe
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
38%
32%
23%
20%
14%
13%
2%
5%
2%
1%
21%
29%
Féminin
Masculin
En choisissant des thèmes et sous-thèmes
En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
En parcourant les visites guidées
En essayant un peu tous les modes de navigation

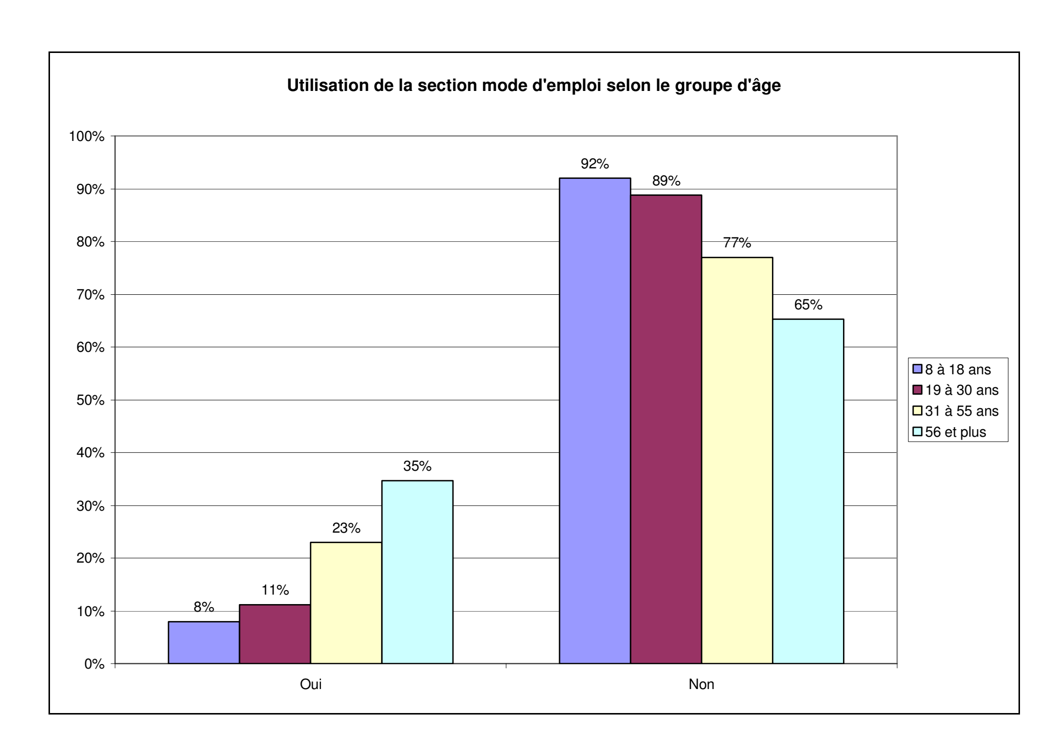

Niveau d'explication selon le sexe
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
18%
15%
42%
27%
40%
58%
Débutant
Intermédiaire
Avancé
Féminin
Masculin

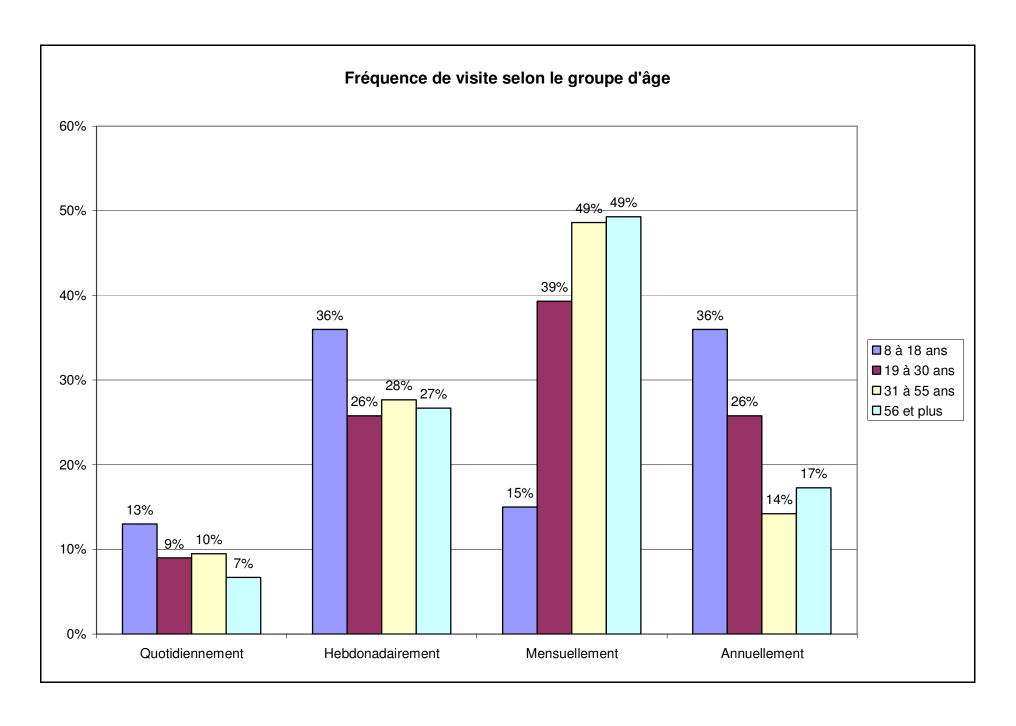

Procédure pour obtenir une information précise selon le sexe
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
28%
23%
16%
19%
34%
49%
13%
7%
9%
3%
Avec le moteur de recherche du site
Avec le plan du site
Avec les 12 thèmes de la page d'accueil (par déduction)
Au hasard
Ne recherche rien en particulier
Féminin
Masculin

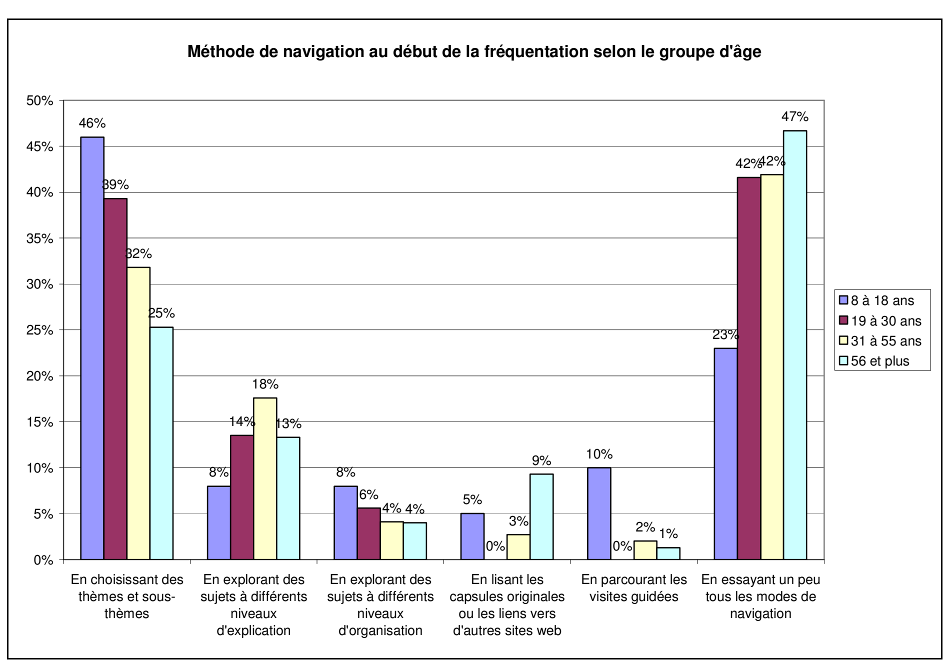

Utilisation du site selon le sexe
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
54%
35%
35%
26%
30%
20%
Personnelles
Académiques
Professionnelles
Féminin
Masculin

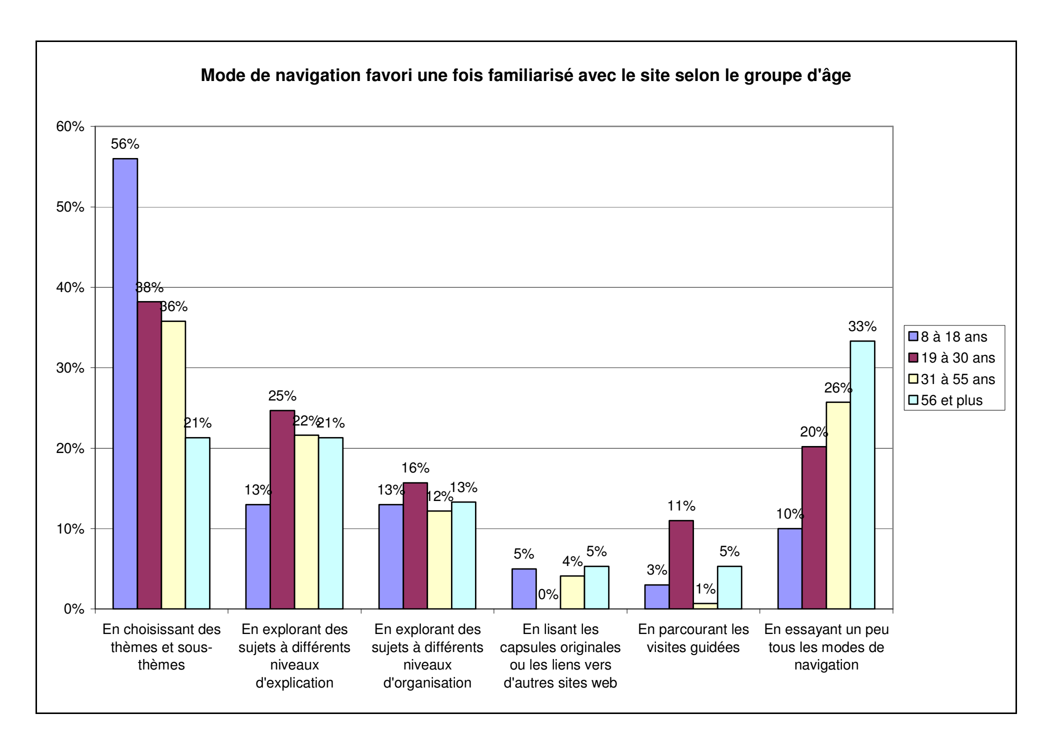

Prise de connaissance du site selon le sexe
45,0%
40,0%
35,0%
30,0%
25,0%
20,0%
15,0%
10,0%
5,0%
0,0%
25%
29%
23%
12%
36%
41%
16%
18%
Par hasard
Bouche à oreille
Recherche spécifique (mots clés)
Liens sur un autre site
Féminin
Masculin

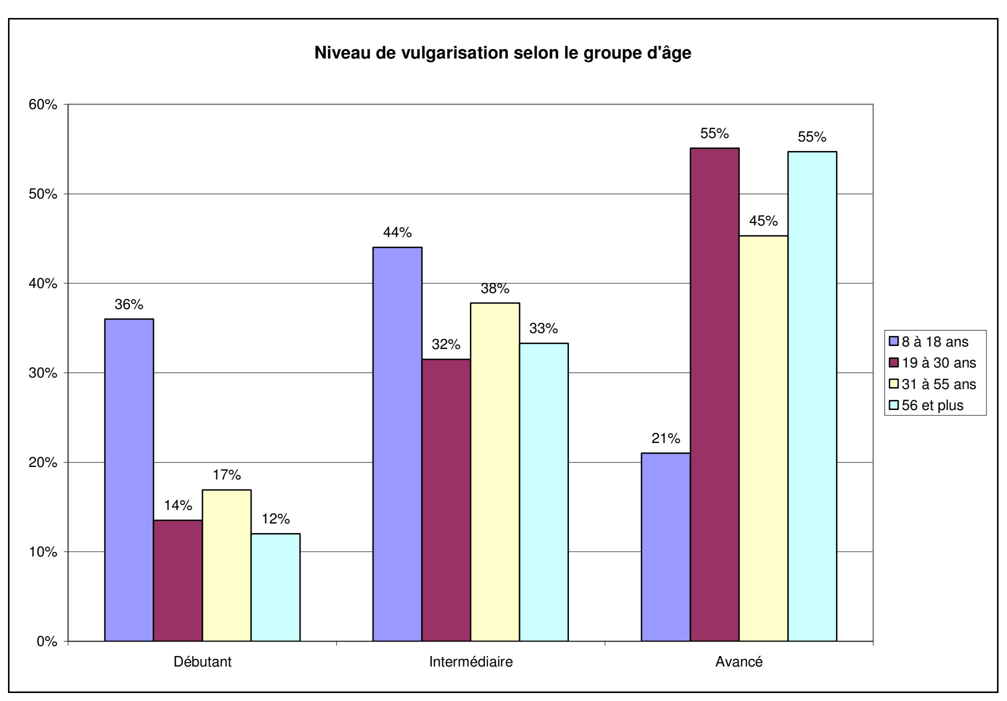

Occupation principale selon le groupe d'âge
120%
100%
80%
60%
40%
20%
0%
100%
64%
17%
1%
0%
24%
70%
31%
0%
6%
9%
13%
0%
7%
3%
4%
0%
0%
2%
51%
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

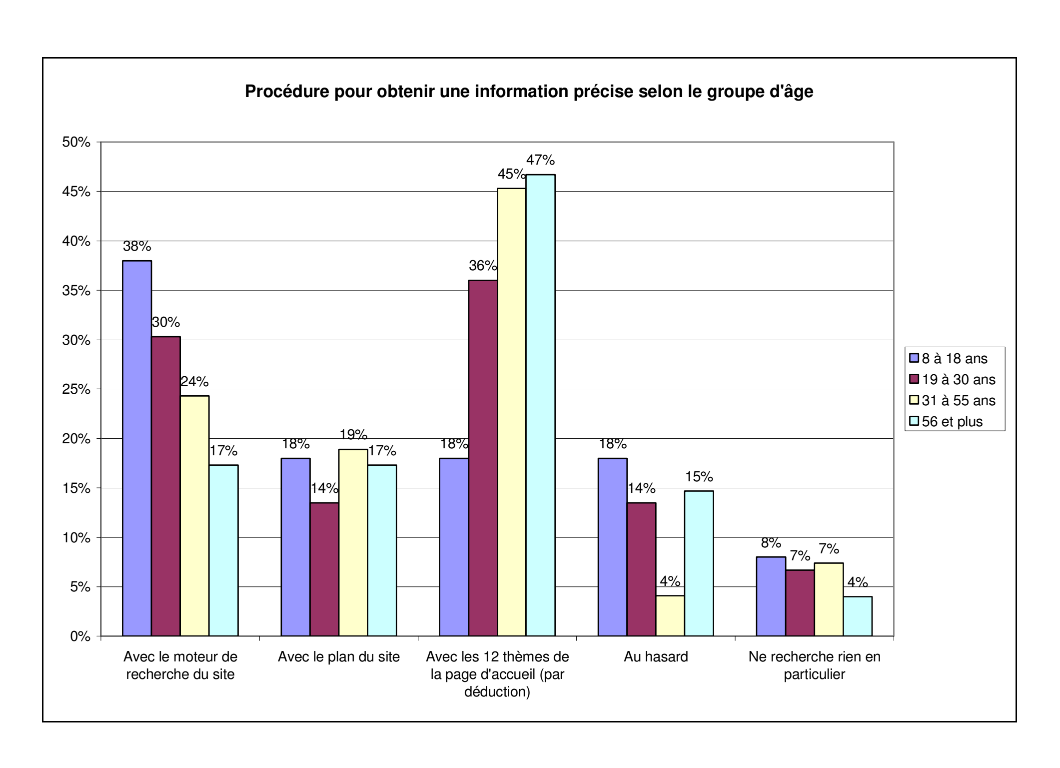

Utilisation de la section mode d'emploi selon le groupe d'âge
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
8%
11%
23%
35%
92%
89%
77%
65%
Oui
Non
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

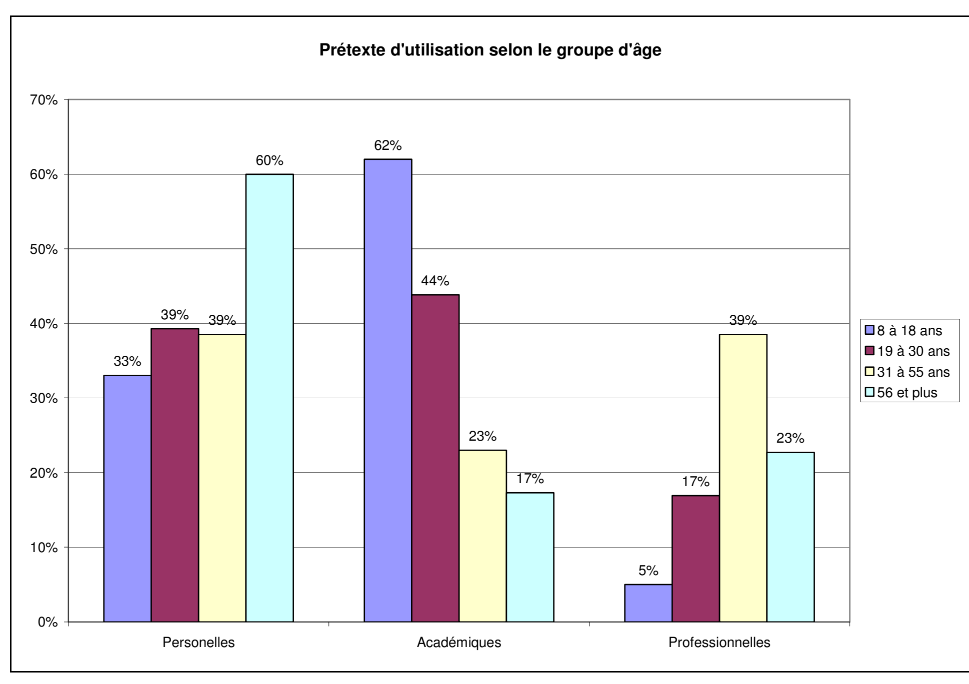

Fréquence de visite selon le groupe d'âge
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
13%
9%
10%
7%
36%
26%
28%
27%
15%
39%
49%
49%
36%
26%
14%
17%
Quotidiennement
Hebdonadairement
Mensuellement
Annuellement
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

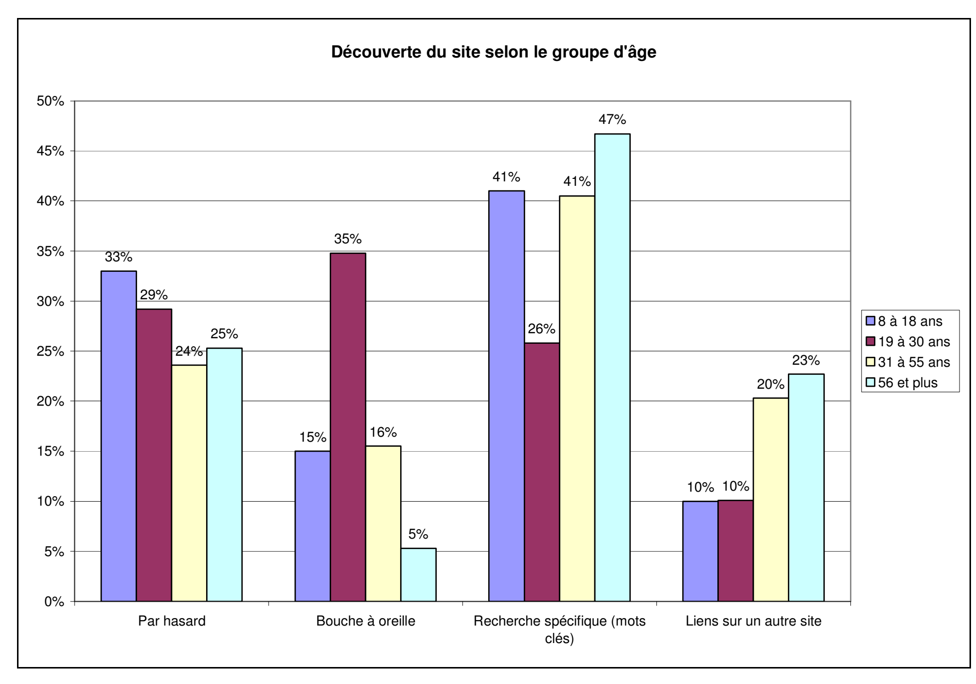

Méthode de navigation au début de la fréquentation selon le groupe d'âge
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
46%
39%
32%
25%
8%
14%
18%
13%
8%
6%
4%
4%
5%
0%
3%
9%
10%
0%
2%
1%
23%
42%
42%
47%
En choisissant des thèmes et sous-thèmes
En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
En parcourant les visites guidées
En essayant un peu tous les modes de navigation
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

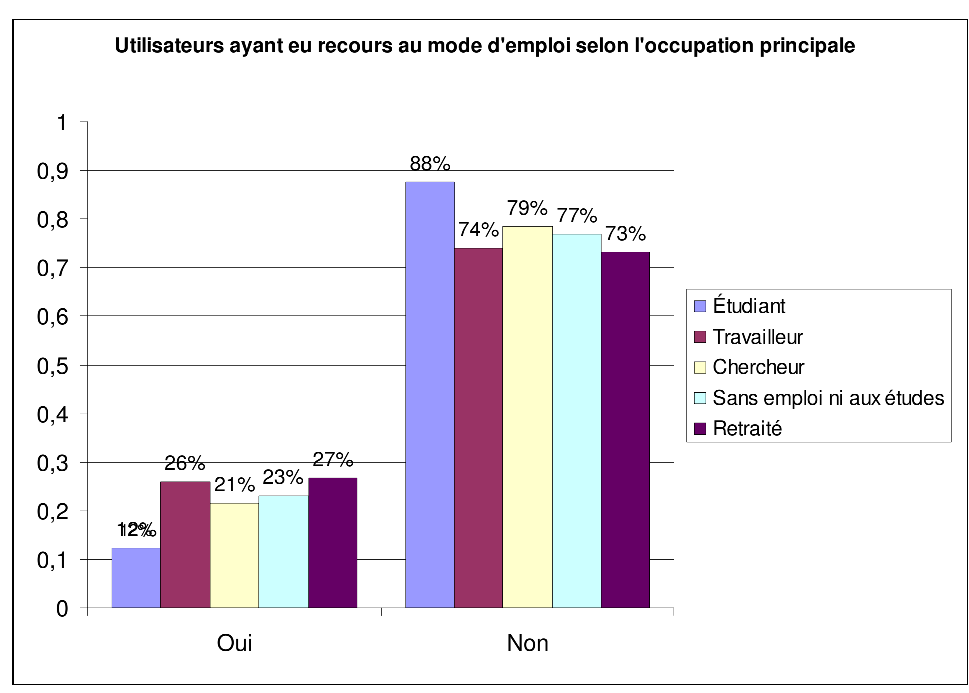

Mode de navigation favori une fois familiarisé avec le site selon le groupe d'âge
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
56%
38%
36%
21%
13%
25%
22%
21%
13%
16%
12%
13%
5%
0%
4%
5%
3%
11%
1%
5%
10%
20%
26%
33%
En choisissant des thèmes et sous-thèmes
En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
En parcourant les visites guidées
En essayant un peu tous les modes de navigation
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

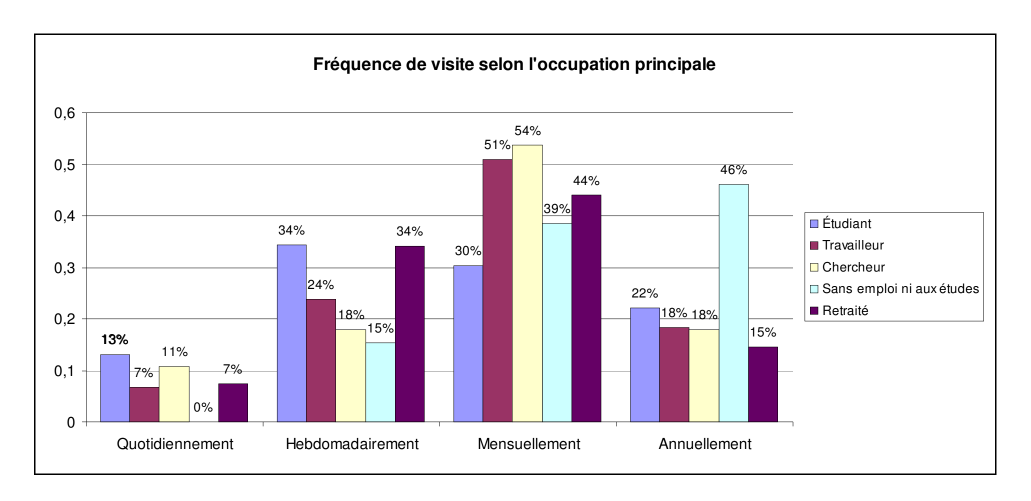

Niveau de vulgarisation selon le groupe d'âge
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
36%
14%
17%
12%
44%
32%
38%
33%
21%
55%
45%
55%
Débutant
Intermédiaire
Avancé
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus


Procédure pour obtenir une information précise selon le groupe d'âge
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
38%
30%
24%
17%
18%
14%
19%
17%
18%
36%
45%
47%
18%
14%
4%
15%
8%
7%
7%
4%
Avec le moteur de recherche du site
Avec le plan du site
Avec les 12 thèmes de la page d'accueil (par déduction)
Au hasard
Ne recherche rien en particulier
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

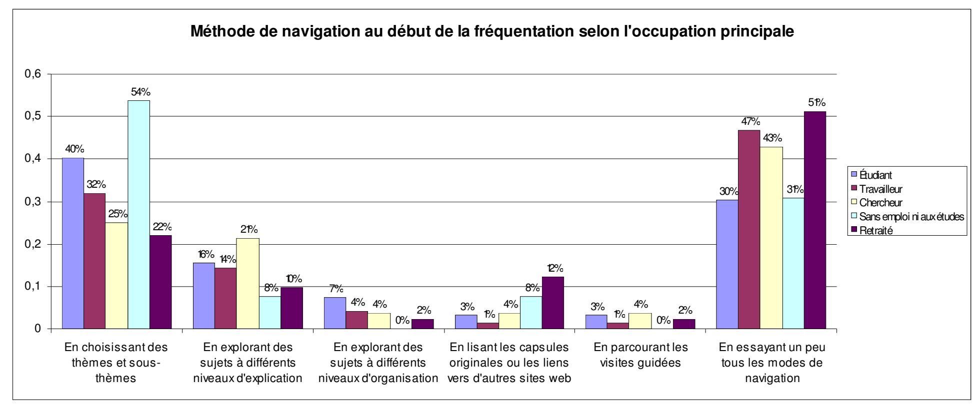

Prétexte d'utilisation selon le groupe d'âge
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
33%
39%
39%
60%
62%
44%
23%
17%
5%
17%
39%
23%
Personelles
Académiques
Professionnelles
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus


Découverte du site selon le groupe d'âge
50%
45%
40%
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
33%
29%
24%
25%
15%
35%
16%
5%
41%
26%
41%
47%
10%
10%
20%
23%
Par hasard
Bouche à oreille
Recherche spécifique (mots clés)
Liens sur un autre site
8 à 18 ans
19 à 30 ans
31 à 55 ans
56 et plus

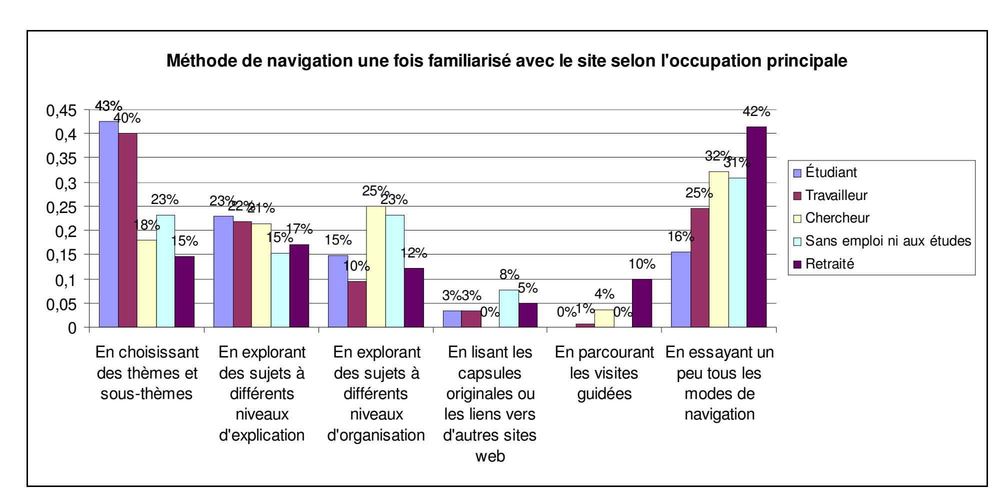

Utilisateurs ayant eu recours au mode d'emploi selon l'occupation principale
1
0,9
0,8
0,7
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
12%
26%
21%
23%
27%
88%
74%
79%
77%
73%
Oui
Non
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité



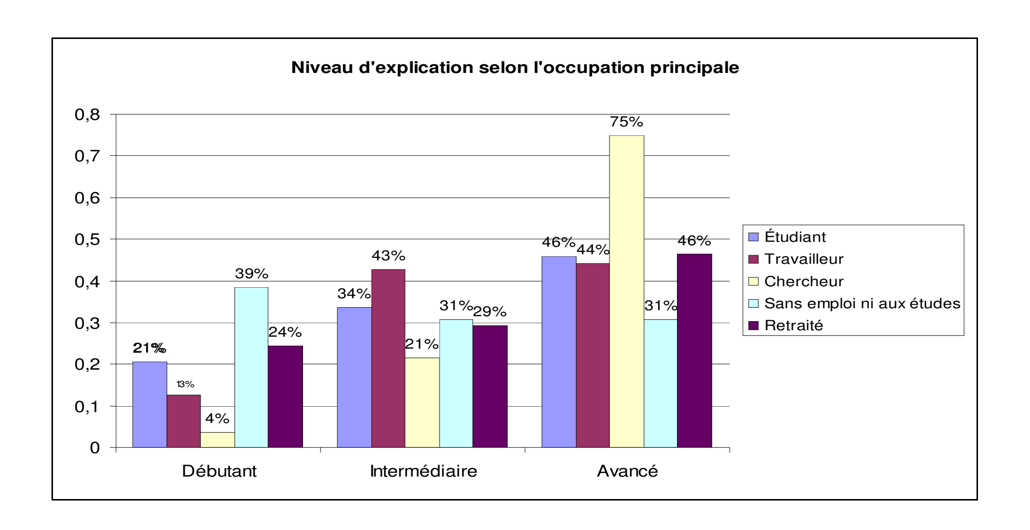
Fréquence de visite selon l'occupation principale
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
13%
7%
11%
0%
7%
34%
24%
18%
15%
34%
30%
51%
54%
39%
44%
22%
18%
18%
46%
15%
Quotidiennement
Hebdomadairement
Mensuellement
Annuellement
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité

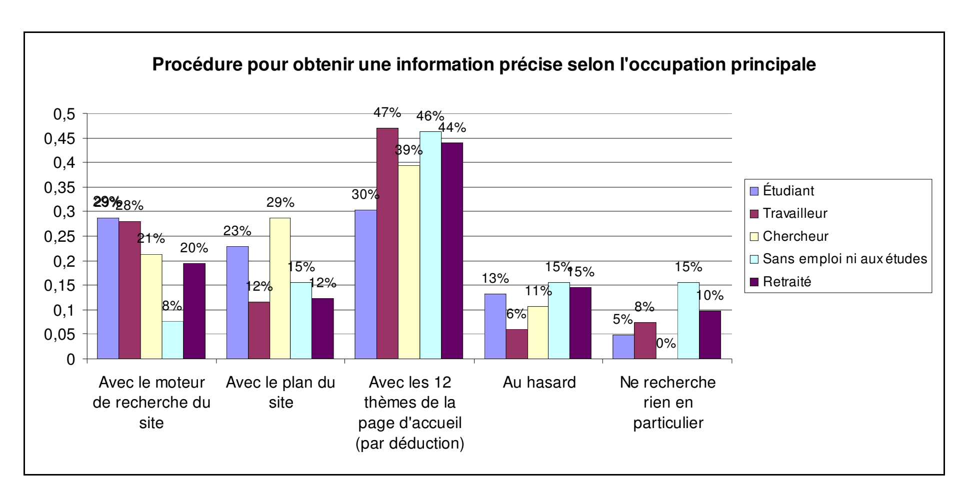


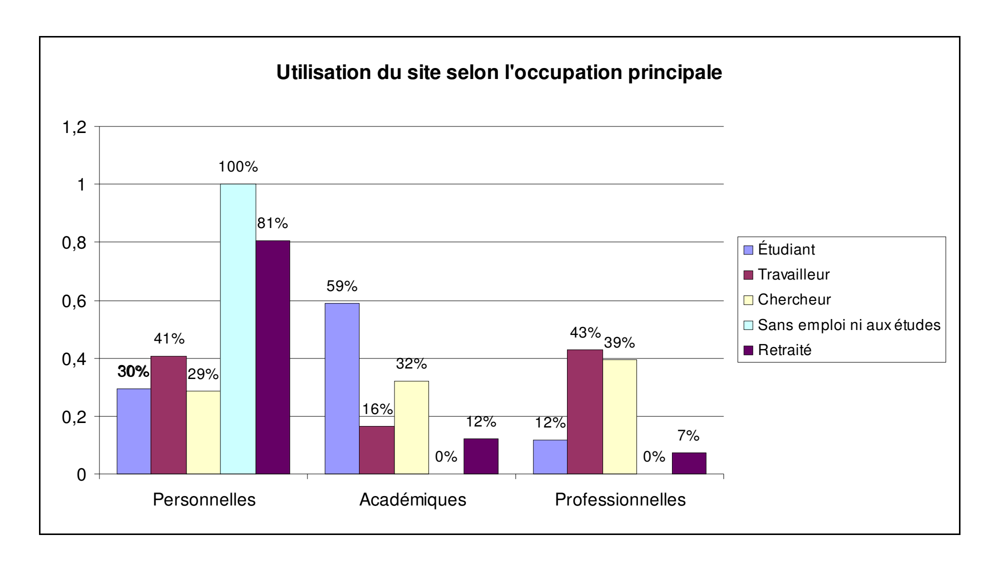
Méthode de navigation au début de la fréquentation selon l'occupation principale
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
40%
32%
25%
54%
22%
16%
14%
21%
8%
10%
7%
4%
4%
0%
2%
3%
1%
4%
8%
12%
3%
1%
4%
0%
2%
30%
47%
43%
31%
51%
En choisissant des thèmes et sous-thèmes
En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
En parcourant les visites guidées
En essayant un peu tous les modes de navigation
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité

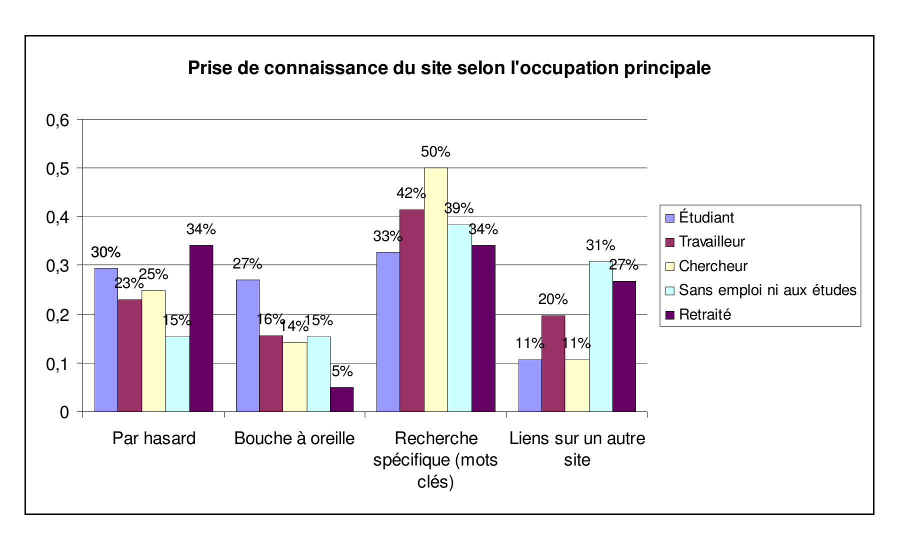


Méthode de navigation une fois familiarisé avec le site selon l'occupation principale
0,45
0,4
0,35
0,3
0,25
0,2
0,15
0,1
0,05
0
43%
40%
18%
23%
15%
23%
22%
21%
15%
17%
15%
10%
25%
23%
12%
3%
3%
0%
8%
5%
0%
1%
4%
0%
10%
16%
25%
32%
31%
42%
En choisissant des thèmes et sous-thèmes
En explorant des sujets à différents niveaux d'explication
En explorant des sujets à différents niveaux d'organisation
En lisant les capsules originales ou les liens vers d'autres sites web
En parcourant les visites guidées
En essayant un peu tous les modes de navigation
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité

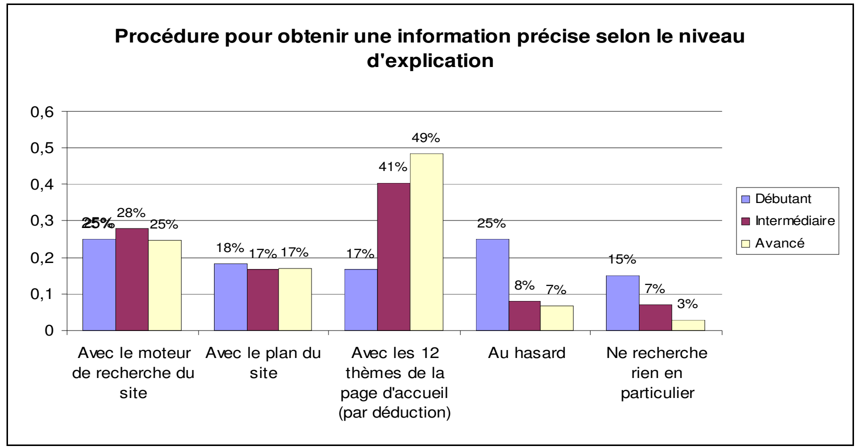

Niveau d'explication selon l'occupation principale
0,8
0,7
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
21%
13%
4%
39%
24%
34%
43%
21%
31%
29%
46%
44%
75%
31%
46%
Débutant
Intermédiaire
Avancé
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité


Procédure pour obtenir une information précise selon l'occupation principale
0,5
0,45
0,4
0,35
0,3
0,25
0,2
0,15
0,1
0,05
0
29%
28%
21%
8%
20%
23%
12%
29%
15%
12%
30%
47%
39%
46%
44%
13%
6%
11%
15%
15%
5%
8%
0%
15%
10%
Avec le moteur de recherche du site
Avec le plan du site
Avec les 12 thèmes de la page d'accueil (par déduction)
Au hasard
Ne recherche rien en particulier
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité

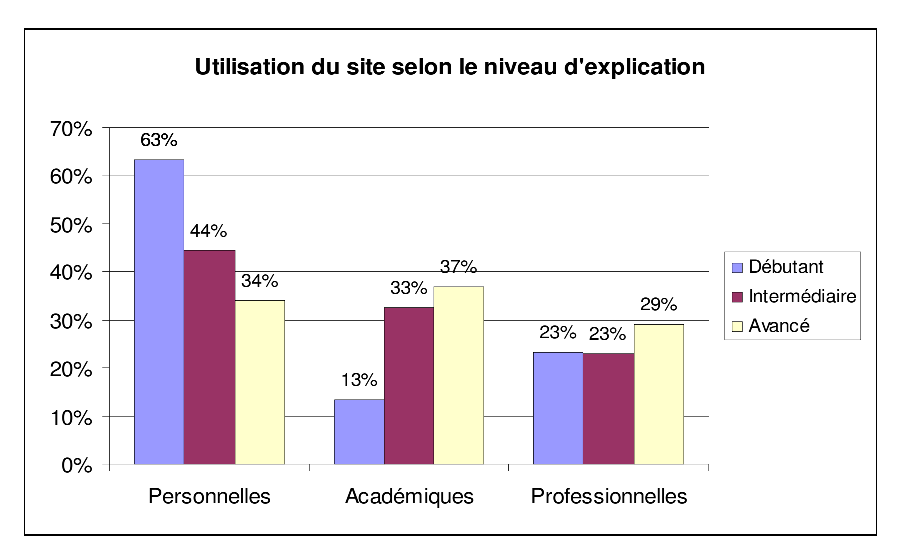

Utilisation du site selon l'occupation principale
1,2
1
0,8
0,6
0,4
0,2
0
30%
41%
29%
100%
81%
59%
16%
32%
0%
12%
12%
43%
39%
0%
7%
Personnelles
Académiques
Professionnelles
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité



Prise de connaissance du site selon l'occupation principale
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
30%
23%
25%
15%
34%
27%
16%
14%
15%
5%
33%
42%
50%
39%
34%
11%
20%
11%
31%
27%
Par hasard
Bouche à oreille
Recherche spécifique (mots clés)
Liens sur un autre site
Étudiant
Travailleur
Chercheur
Sans emploi ni aux études
Retraité



Procédure pour obtenir une information précise selon le niveau d'explication
0,6
0,5
0,4
0,3
0,2
0,1
0
25%
28%
25%
18%
17%
17%
17%
41%
49%
25%
8%
7%
15%
7%
3%
Avec le moteur de recherche du site
Avec le plan du site
Avec les 12 thèmes de la page d'accueil (par déduction)
Au hasard
Ne recherche rien en particulier
Débutant
Intermédiaire
Avancé



Utilisation du site selon le niveau d'explication
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
63%
44%
34%
13%
33%
37%
23%
23%
29%
Personnelles
Académiques
Professionnelles
Débutant
Intermédiaire
Avancé